新Webサイト『ds』やSNSも毎日更新中！ https://www.digimonostation.jp
IFA 2019
世界の最新家電＆ガジェット
NEWS 2019
Watch
カルチャーな腕時計たち
Vol.7 レッドブル・エアレースと腕時計
Gadget
お猫さまの日常を見守りたい貴方に
ハイテク首輪Catlog
12
Vol.213
2019 DECEMBER
Produced by
ds
"本業：父親"であるあなたへ
Automobile
川端由美の海外オートショーレポート
FRANKFURT Motor Show 2019
Smartphones
iPhoneを超えた美しさと機能を備えた
ファーウェイのMate30が発表
Interior
1962年にタイムトラベルできる
JFK空港内のホテルに泊まってきた！
WHAT IS
"THE"
?
Engineered Basic
定番品を生み出し続けるブランド

ds 12

2019 DECEMBER
Vol.213

CONTENTS

Cover designed by 一ノ瀬基行（LOWORK）

本誌に掲載されている価格は、原則として価格＝消費税10%を含んだメーカー希望小売価格、実勢価格＝東京都心の販売店店頭での消費税を含んだ表示価格です。（2019年10月23日現在）。

ds 12

CONTENTS

2019 DECEMBER Vol.213

WHAT IS "THE"?

定番品を生み出し続けるブランド

Text by 松井直之、早坂英之
Photo by 下城英悟（GREEN HOUSE）、比留間保裕
Design by LOWORK

定番品には実は細部に渡り、誰もが語りたくなるひと手間ひと手間が隠されているものだ。それが定番たる使いやすさだったり、快適性だったりに結びついている。数多ある類似品ではなく、定番品をふと手に取ってしまう理由はそこにある。THEはそんな定番品を作り続けるブランドだ。とはいえ、THEと聞いても、今はまだ多くの人が知らないと答えるだろう。本誌では今回そんな知られざるブランドだからこそ、世の中に伝えたくて特集した。安いものを適当に選び消費するだけの生活では決して得られない、丁寧な暮らしを送り届けてくれる定番品たち。そこにはどれだけ人の手が加わり、精一杯生み出されているかをぜひ知ってほしい。

PRODUCT NAME

THE SWEAT ZIP UP HOODIE

ワードローブに欠かせないド定番

僕ら世代にとって、スウェットは欠かせない日常着だ。中でもジップアップフーディは着脱が楽な上に、あらゆるコーディネートにマッチする優等生。ド定番アイテムであるだけに、上質で着れば着るほどアジが出るTHEのモデルはぜひともワードローブに加えておきたいアイテムである。

フワフワでソフト。着込むほどにアジが出る

THE Sweat Zip up Hoodie

価格：２万9700円

やわらかくて伸縮性があり、洗っても劣化しない上質なスウェット生地を採用。アメリカンピマコットンを用いた特殊な糸を吊り編みで仕立てた生地は耐久性が高く、肌触りも抜群だ。縫製はJAXAの宇宙船内被服も手掛けるメーカーが担当。動いても着崩れが起きない、最高の着心地を実現している。

グレー、ブラック、ネイビーの全３色展開。グレーはTHEが特注したこだわりのカラーで、綿の状態から染めている。サイズはXS~XL。

1：カラダの動きを妨げないオリジナルパターンにより、柔らかい生地の特製を活かした軽やかな着心地を与えてくれる。2：リブ部分にも、柔らかくてソフトな風合いの特殊糸を採用。細部までこだわり抜いている証だ。3：高さがある襟元はきれいなシルエットを保ちつつ、ジップを上げることで外気を遮断する効果を持つ。4：生地の裏にも特殊糸を採用。触り心地への追求は妥協がない。5：繊細な生地のため、大型機械での高速な縫製は不向き。すべて人の手で丁寧に縫われている。6：ジップにはYKK社の最上級金属ファスナー「EXCELLA（エクセラ）」ファスナーを採用。ジップの滑らかな動きもTHEのジップアップフーディならでは。

1

2

3

4

5

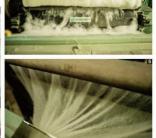
6

THE FACTORY REPORT

3県を股にかけて完成する究極のスウェット

2017年に登場したTHEのスウェット。ジップアップフーディをはじめ、プルオーバーフーディ、クルーネックプルオーバーなど、現在では商品展開も充実しているが、いずれも3万円弱という価格設定にも関わらず、売上ベスト3に入るほどの人気を博している。スウェットというありふれたアイテムを、THEらしいスウェットとして世に送り出されるまでには、紡績、生地製作、縫製と3県を股にかけた工程を経る。ものづくりの現場で見た、作り手たちのこだわりをお伝えしよう。

糸にこだわり、編み方にこだわる

尾崎孝夫さん。世界最高峰の素材見本市でグランプリを受賞するなど、日本を代表するクリエイティブなテキスタイルメーカー、エイガールズの取締役兼企画部部長。

1：古い校舎を改築したニットーボー新潟の工場。敷地面積は4万7000平米と広大。2：糸の原料となるコットンが置かれた倉庫。輸送コストを抑えるために圧縮されたコットンはコンクリートのようにカチカチ。3：圧縮されたコットンは2日間ほど放置して自然膨張させる。柔らかくなった表面からカッターで削ぎ落とし、ダクトを通して不純物を取り除いていく。4：木くずやゴミなど、不純物の割合は全体の2割強。天然ものだとどうしても廃棄が多くなる。5：きれいになったコットンは、繊維を一定方向に整えるためブラシでとかしていく。これが糸の原型。

「こんなものづくりをしているアパレルは見たことありません。アパレルって価格ありきで生産するものですが、THEのスウェットは値段よりも価値を重視しています。洋服のプロも認める、究極の品質ですよ」

と語るのは、エイガールズの取締役兼企画部部長の尾崎孝夫さん。同社は和歌山を拠点にニットを生産するテキスタイルメーカーで、尾崎さんはTHEスウェットの全生産工程をディレクションした人物である。

世の中に溢れかえっているスウェットというジャンルにおいて、THEがとにかくこだわったのが"触り心地"。実際、店頭で何気なく触ったお客さんのほとんどが一度足を止めて、その触感を確かめるほどフワフワとした柔らかいタッチが最大の特徴だ。

「企画当初から吊り編み機を使おう、というのは決まっていました。吊り編み機で編んだ生地は柔らかくて耐久性が高いという特徴があるのですが、他のメーカーでもすでにやっています。それ以上の価値を生み出すためには、糸にもこだわる必要がありました」(エイガールズ 尾崎さん)

そもそも糸は、手を加えれば加えるほど丈夫で固くなる。触り心地や着心地を優先するためには、極力ストレスをかけずに作られた糸が必要となる。そこで白羽の矢が立ったのが、ニットーボー新潟が開発したピュアソフトという特殊糸だ。

「吊り編み機と糸の相性はサンプルができあがるまでわからないのですが、ピュア

6：繊維方向が整ったコットンを棒状にして、均整化していく工程。６本の棒を１本に束ね、それをさらに６本集めて１本にしてと、棒の太さが一定になるまで、何度もこの作業を繰り返していく。７：均整化された棒状のものは一度タイヤ型に。コットンの繊維は長さが不揃いのため、この工程で短い繊維を振り落とす。ここで落ちたコットンは、脱脂綿などで使われる。８：タイヤ型のコットンを引っ張ることで、さらに均整化される。９：長い工程を経て、ようやく糸の形に。ここまでで最低一ヶ月。最終工程では、糸を芯にして糸を紡いでいく。

ソフトは大正解でした。想像以上の膨らみが出ましたし、それでいて軽いというのがスゴイ」（エイガールズ 尾崎さん）

ニットーボー新潟が独自開発したピュアソフトは、数年前に出店した展示会がきっかけで出来上がった。ニット生地を作るには、糸を縦横で編み込んでいくが、普通の生地だと撚りをかけるため、どうしても編んだときに斜めにねじれてしまう。「そうならない横糸はないか」という問い合わせがきっかけで開発されたのだ。

「コットンから糸にするためには、最低でも一ヶ月、ピュアソフトの場合は三ヶ月ほどの時間がかかっています。一般的な糸は収束するためにトルクをかけていくのですが、その分ストレスもかかりますし、ニットにすると固くなったり、ボリュームが出なかったりします。ピュアソフトはトルクをほぼゼロにすることで、綿そのものに近い状態の糸ができるのではないかと作りました」

ニットーボー新潟の副工場長・中屋一弘さん曰く、コットンで一番気持ちいいのは綿の状態。膨らむし、空気を抱き込んでいるので手触りもソフトなのだ。そのために選んだのが綿の繊維が長い、超長綿（ちょうちょうめん）であるアメリカンピマコットン。紡績段階で撚糸による斜行を極力なくして、柔軟性の高い特殊糸を完成させた。

中屋一弘さん。ニットーボー新潟の副工場長で、開発推進部長、品質保証部長、営業部長代理も兼務。自社開発のピュアソフトは、高級タオルやネルシャツなどにも使われている。

10：見慣れたクリップだが、実は糸の絡まりを防いでくれる秘密兵器。特注パーツも作ったが、これが一番よかったそう。11：糸はトンネルのような乾燥機にかけて完成する。12：ピュアソフトを使って編んだ生地(右)は、斜行が少ないのがわかる。

「糸は人間が手を加えるほどに固くなってしまいます。天然の綿のままが一番やわらかいので、なるべく天然素材に近いもの、綿を着ているようなものを追求しました。今回、ピュアソフトを使ってTHEのスウェットを作ってもらいましたが、糸のよさが一番出ていますね。吊り編み機で編んでいるのもあって、素材の特製が最も活かせていると思います」（ニットーボー新潟　中屋さん）

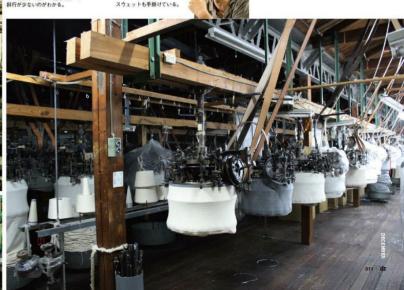
ストレスをかけずにソフトな風合いで作られた糸は、新潟から和歌山へ運ばれ、そこで生地となる。吊り編み機を使った生地製作を担当したのが、大正９年に創業した老舗、カネキチ工業だ。

「吊り編みの最大の特徴は、糸を無理に引っ張らず手編みのようにゆったりと編んでいくことです。天井から吊るされた編み機で作られた生地は、床に折り重なるように積まれていくので生地にあたえるストレスはとにかく少ないんです。その分、ソフトで耐久性の高い生地ができるのですが、とにかく時間はかかります(笑)」（カネキチ工業　代表取締役 南方仁太郎さん）

世界でも数百台しか現存していないと言われる吊り編み機。最新の編み機であれば、一日で13反(約200m)ほど編めるが、吊り編みの場合はたったの0.5反(約7.5m)。一ヶ月でも10反ほどしか作れず、スウェットの枚数で言えばたったの100着しか作れないという。大量生産のものづくりとは完全に逆行する生産体勢だが、丈夫で劣化せず洗い込むほどに実感できるやわらかい生地は、ビンテージと呼ばれる1960年代中頃までのスウェットシャツと同じ手法。何十年たった現在でも古着として多くのファンを魅了し続けていることが、耐久性の高さや品質の高さを物語っている。

冒頭でも触れたが、THEのスウェットは“値段よりも価値”を重視している。特殊な糸を使って、吊り編みで織られた生地は決して安くはないが、その分価値があることは理解いただけたであろう。次のページでは、青森の縫製工場に訪れ、こだわりの縫製とパターン研究の模様をお届けしよう。

南方仁太郎さん。約200台の吊り編み機を保有する和歌山のメリヤスメーカー、カネキチ工業の代表取締役。ループウィラーを始め、有名ブランドのスウェットも手掛けている。

動いても、着崩れしない。徹底した品質管理がTHEの難題を可能にした

アパレルOEM生産の縫製工場、丸和繊維工業株式会社。同社の青森工場(株式会社アプティマルワ)で、THEのスウェットは縫製されている。新潟で糸を紡ぎ、和歌山で生地となり、その生地は青森へと渡って縫製され、製品として完成する。まさにTHEのスウェット作りのアンカー的ポジションだ。

一般的に縫製工場は布帛(ふはく)とカットソーに分かれており、前者はシャツやスーツなど、生地が平織りのものを取り扱う。後者はカット(裁断)&ソーイング(縫製)の略で、編地(あみじ)の生地を扱う。丸和繊維工業青森工場はカットソーの会社だ。同社では皮膚のシワを研究した「動体裁断・動体縫製」技術を中澤愈(なかざわすすむ)氏と共同開発しており、カラダの動きに対して衣服が着崩れしない服作りを可能にしている。この動体裁断は宇宙航空研究開発機構(JAXA)にも認められ、山崎直子宇宙飛行士の船内被服として採用されたほど。THEのスウェットにはオリジナルパターンを開発し、組み込まれているのだからとても興味深い。

「THEのスウェットのこだわりは柔らかいこと。スウェットは元々アメリカのワークウェアで、金の採掘現場でも使われるほど丈夫なのが特徴です。その肉厚な生地をどう柔らかな着心地にするか。そこで新しくオリジナルパターンを開発しました」と、丸和繊維工業の伊藤哲朗常務取締役は語る。THEのスウェットが持つ、ふわりとした着心地は、糸や生地はもちろん、パターン技術が大きく影響している。腕を回しても胴体部が動かず突っ張らない。まるで肩に空気があるような印象で、着ると軽く感じる。「それが丸和のパターン力です」と言う。

THEのスウェットで使っている生地は、糸にストレスを与えず優しく撚っており非常に繊細なつくり。そのため、大型機械での高速な縫製は不向きで、生地の特製を活かすためには人の手でゆっくり丁寧に縫うことが必要だ。「スピードを落として縫っている分、時間がかかりま

THEとの出会いのきっかけを作った丸和繊維工業の伊藤哲朗常務取締役。縫製業界が抱える問題を憂い、新しいことに挑戦する同社のリードオフマン。

1：縫製で使われているのは工業用ミシン。2：スウェットの仕様書。ここからラインへと指示が渡る。3：それぞれが専門的な工程を担い、次の工程へとパスをする。4：生地の裁断もカットソー工場の仕事。
「縫製の現場が機械化されていると思われがちですが、そうではありません。繊細な手仕事を必要とします(土岐工場長)」

中国の赴任から日本に戻り、青森工場で品質管理の腕を振るう土岐貞昭工場長。THEのスウェットのように、人当たりが柔らかい。

5：ひとつひとつが手仕事。この縫い作業がクオリティーを左右する。6・7：スウェットの生地は重く、「反物は力仕事なので、少ない男性社員が行ないます」とのこと。8：糸と生地、縫製が三位一体となって織りなすTHEのスウェット。オールジャパンのハンドメイドゆえに、高品質な製品に仕上がっている。

す」とは、土岐貞昭工場長。「THEの生地で使われている糸はとても柔らかい。やさしく紡いでいる糸です。その生地を使って縫製すると、サイズ通りに作るのがむずかしい。そこに職人による工（こう）の技術で工夫を入れます」とも。THEのスウェットは、大量生産とは真反対の、人の手による手作業で作られていた。

「THEとの仕事で“定番とはなにか”を改めて考えました。デザイナーのこだわり、パターンの提案。縫い糸も黒だけでも4、5種類を用意しました」「時間をかけてサンプルを作りました。納期がとても大変で…（笑）」と、ハードな開発段階を懐かしそうに語る、伊藤常務と土岐工場長。「THEのスウェットは、縫い糸にもこだわっています。カットソーは伸びる。伸びに対応するから切れない。そのため、襟周りなど、伸びるところに伸びる糸を使っています」。パッと見ただけでは気付かないこだわり。店頭で見る機会があったら袖口などのリブにも注目してほしい。リブの線が波状にならないよう、熟練の技術が施されているのだから。

工場で働く職人たちの95%が女性。それも地元採用率100%のオール青森で30代が中心だ。伊藤常務は「縫製業は衰退の一途をたどる絶滅危惧種です。大量生産、大量消費の海外生産によって、業界全体の規模が年々縮小されています。そんななか、青森工場はは国内の人材100%。その地域で、その場で採用していきたい。安いものは海外でやればいいと思う」。かつての、早い、安い、でもうまいでは職人たちが疲弊するばかり。そのとき「クライアントを選ぶようになりました。『その価格でできると思いますか』と、あえて聞くようになった」という。その結果、人材が育ち、売上もあがった。今では、デザイナー、ヨウジヤマモト（YOHJI YAMAMOTO）と、動体裁断・動体縫製を使った動きやすいスーツを開発するなど、縫製業界のなかでは異例の攻めを続けている。

そんな丸和繊維工業青森工場の一日は忙しい。職人たちは8時半から働き、お昼休みや途中休憩を経て17時半に退社する。チームごとにライン分けされた工場内では、女性たちがテキパキと自分のポジションをこなす。カット（裁断）もソーイング（縫製）もチームプレイ。土岐工場長はその様子を「工員全員が品質管理の意識を持っています。ひとりひとりがチェックすることで、製造数もクオリティーも上がる。それが工場としてのプライドです」。と語る。その分、会社としてエイドルーム（特別休憩室）を設けたり、除雪車が通りやすい幹線道路沿いに工場を建てたりと、職人が働きやすい環境づくりを重視しているのが印象的だ。

「人がいるから応えられる。人で仕上がりが変わる。『ここまで時間をかける必要があるの？』と思われるけど、それはこだわり。THEのこだわりでもあります」そう、言葉を締めくくる伊藤常務。大量生産、大量消費がメインストリームとなりつつあるアパレル業界において、メイド・イン・ジャパンをいちから見直し、高品質とそれに対する対価を再設定したプロダクト。それが、THE スウェットである。

THE 椀

黒 / 朱：2万7500円（木地：水目桜）

創業1793年の老舗・漆琳堂が手掛けるお椀。科学塗料を一切使わず、製造に8ヶ月もの時間をかけて、ひとつひとつ丹念に手作りされている。THEがこだわった「最もお椀らしい形」を実現。

THE 大椀

黒 / 朱：3万3000円（木地：栃）

山中塗の名匠、五代目辻石齋氏が手掛けた大椀。北大路魯山人による名品「日月椀」と同じ形状、同じ工程で作り上げられた。日月椀と異なるのは、和紙を用いた一閑張りを施していないことのみ。

THE GLASS

SHORT：1078円 / TALL：1298円
GRANDE：1518円

割れにくく、軽く、電子レンジや食器洗い機でも使える耐熱ガラス製グラス（耐熱温度差120℃）。サイズはショート・トール・グランデの3サイズ展開で、コーヒーチェーンから着想を得た。

THE "ON" T-SHIRTS

WHITE：8580円 / GRAY：8580円
BLACK：8580円

シルクのようなサラリとした心地よさと、張り感があるTシャツ。スーツやジャケットに合わせられるよう、細部のサイズ感にまでミリ単位でこだわって作られている。監修はスタイリストの伊賀大介氏。

THE "OFF" T-SHIRTS

WHITE：8580円 / GRAY：8580円
BLACK：8580円

最高級超長綿「スーピマコットン」の落綿（オールディズコットン）を使用した、透けにくく型崩れしないTシャツ。ややゆとりを持たせた襟ぐりとボディがオフの日に最適。スタイリストの伊賀大介氏監修。

THE COASTER

660円

タイルを利用したコースター。グラスにくっつくことなく、水滴によるダメージも受けない。それでいて見た目にも美しい。タイルはTHE COASTER用に、型からオリジナルで作られている。

THE PLATE

A6 Size：880円 / A5 Size：1430円 / A4 Size：2200円 / B4 Size：3300円 / A3 Size：4620円

スプーンの形状を分析し、食べものを残さずに掬うための究極のカーブを実現したお皿。和洋中、どれにでも合うようシンプルに設計されており、大きさも使いやすい定形サイズ。波佐見焼のマルヒロによる製造。

THE LUNCH BOX

1980円

軽くて丈夫、傷が付きにくいアルミ製の弁当箱（容量375ml）。底面積をやや小ぶりにした分、高さを出して持ち運びやすくしている。ごはんに梅干し（5号サイズ）を置くと、国旗と同じ比率の日の丸弁当が完成する。

THE SOAP

1100円

添加物ゼロ、低刺激・無香料の安心できる石けん。昔ながらの釜焚き製法で作られており、純度が高く、洗い上がりのつっぱり感が少ない。それでいてきちんと汚れが落ち、人にも環境にもやさしい。

THE STACKING STOOL

3万8500円

国産のミズナラ材を用いて、釘などを一切使用せず職人技の組み木で作られたスツール。積むように重ねて収納(スタッキング)できる構造は、収納時に余分なスペースを必要としない。高さは420mm。

THE POCKETCHIEF

5500円

世界最高峰リネンにのみ使用が許される「フランダースリネン」100%で作られた、真っ白なポケットチーフ。ハリ感を保ちながらもなめらかな肌触りを実現している。サイズは460mm×460mm。

THE COOKING PAPER

880円

破れにくく、水や油の吸収能力がとても高いクッキングペーパー。繊維の目が細かくできており、水切りや絞り、出汁こしに揚げ油こしでも重宝する。素材は100%天然由来繊維。食材に直接触れても安心だ。

THE GLASS SLEEVE

SHORT：1980円 / TALL・GRANDE：2200円

牛革でできたTHE GLASS用のスリーブ。グラスのサイズに合わせたスリーブをセットすることで、温かい飲み物でも安心して持つことができる。「クロムなめし加工」により、柔らかくも傷がつきにくい。

THE TOWEL：WHAT A WONDERFUL TOWEL for GENTLEMEN

バスタオル：1万1000円(箱入り) / 9900円(箱なし)
フェイスタオル：4950円(箱入り) / 4180円(箱なし)

高級綿「スーピマコットン」を用いた柔らかくもしなやかで、吸水性が高いタオル。それでいて絹のような美しい光沢感も併せ持つ。ゴシゴシ拭けてしっかり水分を拭い取れる、男性好みの仕上がり。

THE 洗濯洗剤

ボトル：2750円 / 詰替用：2178円
トライアルパック：220円

環境に負荷をかけないエコロジカルな洗剤。生活排水として流れる洗剤を生分解するスピードが速く、通常ひと月かかるところをわずか一週間で自然に還る。ごく少量で洗浄でき、ダウンやシルクまで洗える。

THE SHIRTS

S / M / L / XL：1万9800円

生地から縫製に至るまで、「オンでもオフでもちゃんとして見える」よう、考え抜かれた白シャツ。スーピマコットンを使ったオックスフォード生地を採用し、着やすさと心地よさが魅力。Sサイズは女性向け。

THE 飯茶碗

有田 / 清水 / 瀬戸 / 益子：2530円

人の手に沿いやすく、持ちやすい形状を追求した飯茶碗(ごはん茶碗)。標準的な日本人の手のサイズ、指の長さから茶碗を持ったときの比率を割り出し、椀と手のベストな関係を導き出し、5つの産地と同時開発。

THE TOOTHBRUSH by MISOKA

WHITE / RED / NAVY：1870円

水だけで歯がツルツルになる歯ブラシ「MISOKA」と、THEのコラボレーションによって生まれた歯ブラシ。歯ブラシ単体で自立することができ、三角形のグリップはペンのように持つことが可能。

PRODUCT NAME

THE SOY SAUCE CRUET

液だれしないのがスタンダード

日本人が愛する調味料、醤油。ひと液垂らすごとに香り立つ万能調味料は、多くの家庭料理でなくてはならない存在だ。その醤油を引き立たせるのが「醤油差し」。かつてよくみたガラス製醤油差しを、今風にデザインしてみたら。『THE 醤油差し』は現代の食卓にほどよくマッチする。

古くて新しい、食卓の新定番

1

THE 醤油差し

桐箱入り価格：3850円
紙箱入り価格：3240円

桐箱入りと紙箱入りがあり、後者は3,300円。ひとつひとつが青森の職人によるハンドメイドで、桐箱入りは贈答用としても重宝されている。1：「THE」と「MADE IN JAPAN」の文字は、底面で見ることができる。

THE 醤油差しは液垂れしない。瓶を食卓に置いたときの、あの丸い醤油の染みができない。2：それでいて注ぎ口にくちばしのような突起がなく、栓は完全なる円形フォルムに収まっている。3：流れるようなくびれボディは、どこか見慣れたデザインのようだが、あの醤油差しよりも高さ113mm、容量80mlと、小ぶりにできている。醤油の鮮度を落とさないうちに使い切れるよう考えられたサイズだ。素材は透明度が高いクリスタルガラス仕様。醤油の紫色が映える美しい仕上がりは、食卓の上で輝きを放つ。普段使いはもちろん、来客に出しても“おもてなしできる”逸品だ。

2

3

THE FACTORY REPORT

ハイ・スタンダードを実現した青森県のガラス工場

雪国、青森県にあるガラス工場。平均年齢33歳。社員は総勢49名。その全員が地元出身というオール青森の会社だ。伝統工芸士が複数在籍し、技術の伝承を守りつつも新しいことにチャレンジする。そんな攻めのガラス工場が挑んだ、THE 醤油差しの誕生ヒストリーとは。

『津軽びいどろ』をご存知だろうか。青森県青森市にある北洋硝子株式会社(石塚硝子株式会社グループ)では、青森県伝統工芸品に指定されたガラス製品、津軽びいどろを手掛けている。日本の四季にこだわり、移りゆく季節の情景をガラス製品に映し出す技法は、ひとつひとつが職人によるハンドメイド。その美しさから、青森県を代表する工芸品として広く評価を得ている。まさに高い技術力を持つ確かな人材。そんなガラス製造の職人集団が手掛けているのが、次世代のハイ・スタンダード『THE 醤油差し』だ。

THE 醤油差しの開発は「液だれしないこと」から始まった。一般的に醤油差しは、使うごとに中の醤油が漏れてしまうことが多い。人々が液だれする醤油差しに慣れてしまっているから、とくに気にせず使われているが、ほとんどの醤油差しが漏れる。THEが求める液だれしないことに対し、折しも北洋硝子は親会社・石塚硝子の食器ブランド、アデリアの醤油差しを手掛けており、液だれしない醤油差しづくりには自信があったという。そこにTHEのデザインを加えてみると…思いもよらぬ、ハードチャレンジが始まった。

「デザインをみて、最初に思ったのが"作りたくない形状"でした」そう答えるのは工場長の中川洋之さん。この道30年の熟練工だ。「ガラスは丸い形状が基本です。一番使いやすいし、そもそも作りやすい。そこをTHEから「円錐形にしてくれ」と、オーダーされました」。ただでさえ難しい形状に加え、"液だれしない"という大前提がつく。それでいて、栓のデザインも既存の醤油差しとは違う新しいもの…。そこで、中川工場長は、経歴7、8年の若手職人たちに意見を委ねることにした。やるか、やらないか。正直、難しい挑戦ではある。「無理か…」と、ベテランでも悩む難題に、若い職人たちは「やります、やってみたい」と答えた。こうして、北洋硝子のTHE 醤油差しプロジェクトチームは、若手を中心に誕生した。

1：ガラス製品の元となる原材料。2：溶解炉(窯)は1500度にも達し、職人たちは猛火のなか、製品づくりを行なっている。3：吹き竿に溶かしたガラス(タネ／ガラス素地)を「るつぼ」から巻き取る職人。4：型の中に、必要量のタネを切って入れる。タネの重さを感覚で測るには、確かな職人技が必要だ。5：型を回転させて遠心力で整形する。

1：元々は、漁業用の浮玉を製造する会社で、国内トップシェアだった。時代の流れから花瓶、食器を手掛けるようになったが、浮玉の技術は、今に生きているという（写真左は中川工場長）。

THE 醤油差しのデザインはとてもシンプル。模様もなく、スッと流れるような流線型のボディに倒れにくい肉厚な底面。ガラスの厚さは均等に作られている。それでいて肌触りがよく、使い勝手もさることながら、テーブルに置かれたときの佇まいにも気品が漂う。それこそがTHEが求めるクオリティーであり、次世代の定番となる製品づくりの使命だった。

「THEは栓を短くしてくれと言う。スリ加工のところまで収めてくれと。なので一般的な醤油差しよりも栓が短くできています。そうすることで栓をしたときに美しく見える。THEと話していてくうちに、求めているデザインの鋭さに気づくことができました」。ただ、それを実現するためには高いハードルがあり、液垂れしない加工を提案する職人側とTHEの間で、幾度となく議論があったと、中川工場長は当時を振り返る。「作り手としては正直こっちの方がよいのでは、という提案もしました。でも、THEは『（このデザインで）いけるでしょ』と（苦笑）。そして、意地になってやりました」。

開発は困難を極め、製造工程で栓がロックできないなどのトラブル続きだった。その都度、若い職人たちがアイデアを出し合い、ハードルをひとつひとつ解決していった。そうして完成したTHE醤油差しだが、最初は70%近い不良品率で、製品として出荷できるのは一日に50本程度だったという。利益を出すためには一日に800本もの生産数が必要で、工場としては大赤字なプロジェクトだった。だが、わずが50本でも成し遂げたことに若手チームは自信を持ち、やがてその自信は確信となり、不良品率を20%までに留めることを実現した。このとき、中川工場長は確かな手応えを感じたという。THE 醤油差しを実現した若い職人たちの技術力は他の製品づくりにも好影響を及ぼし、工場全体のスキルアップにもつながった。

中川工場長はこれまで同社製の定番醤油差しを自宅で使っていた。「今でもこれまで使ってきた醤油差しは世界一だと思っています。でも、THE 醤油差しを自宅に持ち帰って使ってみたときに、醤油の差し加減、食卓に置いたときの佇まいにハッとしました。ほどよいさりげなさと上品さは、これからのスタンダードになるべきだと」。そうして10年間使い続けた醤油差しをTHE 醤油差しに変えたという。「もちろん、これまでの醤油差しは世界一です。でもTHE 醤油差しは人に勧めたくなる理由がある。他の人にも贈りたくなる、『使ってみろよ、すごいから』と」。

全盛時には年間7万本売れたという醤油差し。今は年間1万本の生産数まで冷え込んだ。それでもTHE 醤油差しは生産数が伸びている。「良いものを作れば必ず皆が分かってくれる」。かつて、津軽びいどろを開発したときに、職人の技術力を高めて生産物の誤差を減らしたところから百貨店の発注が増えたという。時代を経てなおも成長し続ける。北洋硝子の職人プライドはこうして次世代へと引き継がれていった。

2：時代とともに、小さくなってきたガラス製醤油差し。3：瓶状に整形されたTHE 醤油差し。型取りされた醤油差しは、徐冷炉によって熱を加えながらじっくりと冷やされ、強いガラス製品となる。4：栓のカタチが均等になるよう整える。5：ボディと栓が合うよう、ダイヤモンドで磨る。6：ゆがみなどを厳しくチェック。7：これらすべての工程が手作業。THE 醤油差しはこうして生まれている（チームの柱、小笠原さん、成田さん、根深さん）。

THE KITCHEN CLOTH

綿：770円／麻：1100円

株式会社中川政七商店の人気製品「花ふきん」を、THE限定オリジナルパッケージで発売。大判58cm×58cmの正方形サイズは、大きなお皿でも拭きやすく、吸水性も抜群。それでいて優れた速乾性も併せ持つ。

THE SHEA BUTTER

瓶タイプ：5500円／チューブタイプ：3850円

100％天然成分のオーガニックシアバター。少量でもよく伸び、手指だけでなく唇や顔、髪、身体など全身の保湿にもおすすめ。天然由来成分なので敏感肌の人や子どもでも安心。10月〜6月頃までの限定販売。

THE COLOCOLO BY NITOMS

本体：2178円（RED／BLUE　テープ1巻入）
スペアテープ：880円（RED／BLUE　2巻入）

縞模様の「コロコロ」粘着クリーナー。白いゴミも黒いゴミも、どちらも一目瞭然で分かる。粘着面がケースの内側にくっつかない工夫も本製品ならでは。ハンドルは掌の中に収められるよう短めにできている。

THE 衣料用漂白剤

ボトル：2530円／詰替用：1815円

植物由来の洗浄成分でつくられた衣料用漂白剤「The Stain Remover」。生地を傷めることなく、シルクやウール、白物・柄物を問わずに使用できる。皮脂による襟、そでの黄ばみにも効果的。

THE ORGANIC COTTON T-SHIRTS

XS／S／M／L：8580円

インド産オーガニックコットン100％のTシャツ。THEのTシャツの中で最も柔らかく、極上の肌触りが特徴。洗い重ねてもゴワつきにくい工夫が施されている。身幅を少し細めたすっきりとしたシルエット。

THE POCKET T-SHIRTS

XS／S／M／L：8580円

透けにくく肉厚な胸ポケット付きTシャツ。肩幅はゆったりめで、首回りをやや狭く、身幅は細く、着丈は1〜2cmほど短くつくられている。バランスのとれたシルエットで、すっきり着られる一枚。

THE WET TOWEL

ポケットタイプ：880円／ボトルタイプ：990円
詰め替え用：825円

「除菌」ではなく、「消毒」できるウェットティッシュ（指定医薬部外品）。病院で使う消毒液と同じものなので、高い消毒効果を発揮する。三層構造の厚手シートは、やぶれにくく高い保湿性を誇る。

THE MOUTHWASH

2090円

100％植物由来のマウスウォッシュ。歯磨き前の使用が最も効果的で、5〜10mLを口に含み、20秒ほどすすいで吐き出してからブラッシングすると、歯や口内の汚れを浮かせた状態で歯磨きができる。

THE STORAGE BOX

1650円〜6050円（A5S〜A3F Size）

一瞬にして組み上がるマグネット式収納ボックス。バラエティ豊かな色とサイズ展開は、小物や書類などはもちろん、お父さんのツールボックスや子どものおもちゃ箱としてなど、家族で使い分けができる。

THE POST CARD
165円

紙の縁に金色の箔を施したポストカード。「THANK YOU」「HAPPY BIRTHDAY」「CONGRATULATIONS」「MERRY CHRISTMAS」「ありがとう」「おめでとう」などから選べる。

The Magic Water (Multi Cleaner)
本体：1045円 / 詰替用：825円

水だけでできた電解アルカリ洗浄水。キッチンの油汚れやおもちゃの洗浄、トイレ周りの除菌にも効果を発揮し、金属製品にも錆びや劣化を心配することなく使える。未開封の状態なら、5年間の品質を保持。

THE SPONGE 880円
THE KITCHEN SPONGE 550円

水だけで油汚れまで落とせる、驚異の洗浄力を持った業務用のスポンジを、家庭用にアレンジ。食器や調理器具の洗浄はもちろん、カップにこびりついた茶渋や水垢が付きやすい浴室掃除にもおすすめ。

THE Sweat Crew neck Pullover
1万9800円

やわらかく、伸縮性があり、洗っても劣化しない究極のスウェット。ソフトな風合いの特殊な糸を吊り編み機で生地にし、動いても着崩れが起きない衣服設計と縫製技術を応用し、最高の着心地を実現。

THE SCISSORS
9680円

歴史に忠実に、細かい作業時の握りやすさや使い勝手を徹底的に追い求めた結果、左右非対称のフォルムにたどり着いたはさみ。鍛造製法により精度と切れ味を高め、はさみの先端でもよく切れる。

THE SHIRTS Botanical dye
2万5300円

素材、縫製、裁断と、すべてにこだわり抜いたシンプルで仕立ての良いシャツ。「Botanical dye」とは、植物の花びらや鉱物から作られた天然染料を使った、生地の色落ちを最小限に抑える染色方法のこと。

THE 箸
4400円

箸という漢字に竹冠が使われているのは日本古来の箸が竹で作られていたからと言われている。そんな箸の成り立ちと機能的な理由から竹素材を採用。表面の漆塗りは職人が手作業で仕上げている。

THE 飯茶碗（唐津・備前・美濃）
唐津：8580円 / 備前：8030円 / 美濃：7480円

人の手に沿いやすく持ちやすい形状を追求した飯茶碗。この3点は陶磁器の発展に大きく貢献した茶の湯の文化に深い関わりのある唐津、備前、美濃の窯元に協力を仰ぎできあがった逸品。

THE UNBREAKABLE GLASS
550円

THE GLASSをベースに、全く新しい耐衝撃性プラスチックを採用した、落としても、踏んでも壊れないグラス。軽さを保ちながら、ガラスのように透明度が高く、とにかく衝撃に強いのが特徴。

THE CUTLERY

毎日の食事をもっと快適に

一日に一度は使うであろう、スプーンやフォーク、ナイフといったカトラリー。正直、どれも一緒で違うのは見た目だけと思っていたが、THEカトラリーを使ってその考えを改めさせられた。機能とデザインを追求した、これぞカトラリーのニュースタンダードだ。

THE CAKE FORK 価格：2200円／THE BUTTER KNIFE 価格：3300円／THE TEA SPOON　価格：2200円／THE DINNER FORK 価格：2750円／THE DINNER KNIFE 価格：3850円／THE DINNER SPOON 価格：2750円／THE SOUP SPOON　価格：2750円

「持ち手」と「先端」にこだわったニュースタンダード

THE CUTLERY

より長く、より快適に使えることを考え抜いて作られたカトラリー。板状が多い持ち手を楕円形状にすることで、食事中の回転運動をスムーズに補助。それぞれの先端は、すくう、刺さる、切れるの機能に特化したデザインだ。写真のミラー加工のほか、マット加工もあり。

1：スプーンとフォークの持ち手は、現代のカトラリーでは珍しい楕円形状。新潟県燕市にある老舗金属加工会社の技術力だからこそ成せる技。2：フォークの先端はラウンドしており、なおかつ中央2本が段差になった緻密な構造。これにより、刺したものが落ちにくく、小さなものもすくいやすい。3：丸みがあるのに、肉の脂身もよく切れる刃先。職人が一番難儀したポイントだとか。4：カップの底に残ったスープでもすくいやすいスプーンは、先端のみを薄く伸ばした形状で口当たりもよい。

THE FACTORY REPORT

歴史を紐解いてたどり着いた語れるカトラリー

THEカトラリーの製造を行っているのは、新潟県燕市で創業76年を迎える金属加工会社・大泉物産。デンマーク王室御用達のカトラリー「カイ・ボイスン」も手掛ける名工であるが、今回のカトラリーには“普通”とは違う、数々の難題に頭を悩ませたようだ。

「THEから頂いたデザインを具現化するために、クリアしなければならない難題は山積みでした。伝統技法と工業技術を融合して、なんとか形になったので今はホッとしていますが、ここまで語れるカトラリーは見たことがありませんね」

世界に羽ばたく金属加工の街として有名な新潟県燕市で1943年に彫金として創業。現在は著名ブランドのカトラリーや建築パーツの製造メーカーである大泉物産の4代目社長・大泉一高さんは笑いながらそう語る。

スプーン、フォーク、ナイフはすでに様々なものが存在している。そんな中で、カトラリーの新たなスタンダードを定義するために、THEは数多くのカトラリーを使い倒したそうだ。そこで気付いたのが、食事中は回転方向の動きが多いということ。現在のカトラリーはステンレス素材が中心なので、持ち手はプレスで仕上げた板状のものが多い。しかし、カトラリーの歴史をたどると銀食器から始まっており、当時の職人たちは工芸技法を用いて楕円形状のものも多く作っていたそうだ。実際、楕円形状の持ち手だと、パスタを食べる時のフォークはもちろん、スプーンを傾けて使う時も使いやすく、接触面が指に程よく残る形状となっている。しかし……。

「この楕円形状というのが難題でした。

1：金属の板から地抜きしたナイフの原型を、ロールという作業で薄く伸ばしていく。首が曲がったり、割れたりしないように、少しずつ隙間を薄くして仕上げていくので熟練の職人技が必要とされる。2：一番左がTHEディナーフォークの地抜き。右に進むにつれて工程が進んだ状態で、持ち手部分が楕円状になって、首が薄く広がっていることがわかる。3：ステンレスの板からカトラリーの原型を打ち抜くための地抜き型。4：左が地抜きした状態で、右が楕円形状に吸い込みした状態。5：吸い込みするために作られた金型。最近はワイヤーやレーザーで金型を作ることができるため、無駄なく効率的にサンプルを作ることができるようになったという。

銀は柔らかいから加工もしやすいのですが、これをステンレスでやるとなると工程が増えます。今回は吸い込みという鍛冶加工技術を応用して、金型を新しく作って解決できましたが、ここに至るまでの道のりは本当に大変でした。普通、ステンレスではやりませんよ」

経済効率を優先すれば、プレス加工のみで仕上げる板状のカトラリーが増えるのは当たり前だ。だが、THEが考えるスタンダードは本当に使いやすく、長く使えるもの。そのこだわりは、持ち手だけにとどまらず、ナイフ、フォーク、スプーン、それぞれの先端部分にも詰まっている。

「ナイフは別の意味ですごく大変でした。一般的なナイフは刃の部分が薄くなっていて切れ味を保っています。しかし、THEのナイフは丸みがあるデザインで、なおかつ切れ味を求められました。矛盾していますよね(笑)。この難題をクリアするため、刃付けには焼入れを行いました。包丁では普通の工程ですが、カトラリーでやるのは初めてでした」

結果、THEが追求した佇まいの美しさを保ちながら、ナイフの先端部分は肉の脂身もスーッと切れるほどの切れ味を手に入れた。相反するオーダーを、なんとか叶えたのだ。

「フォークも、普通は刃がまっすぐになっているのですが、THEのフォークはラウンドしていて、かつ中央の2本に段差があるんです。通常の加工だとラウンドにしようとすると刃が中央に寄ってしまいます。そこで、一度刃先を逆方向に曲げて、その後に正方向に曲げるプレスを行っています」

これにより、パスタが絡みやすくなるのはもちろん、刺した肉が抜け落ちることもなく、サラダのコーンもすくいやすくなっている。フォークを使っているときにありがちな、ちょっとしたイラッが見事に解消されたというワケだ。

「スプーンはすくいやすさを追求して、先端の方が薄く作られています。均一な厚さにするのは簡単なのですが、先端だけを薄くするために工程を増やしています。また、ステンレスは加工をしすぎると加工硬化を起こしてしまって次の工程に進めなくなります。ですので、一度1000度くらいの温度に入れて元の柔らかさに戻す"なまし"という工程を入れているところも、THEカトラリーの大変なところですね」

近代工業化の波が押し寄せる以前、カトラリーの製造は工芸としての鍛冶仕事が主だった。工業化が可能にした板状での製造は低コストで合理的だが、THEが求めた持ち手の形状や全体の重心バランス、それぞれの先端部の加工は、従来の製造方法では実現できないことばかりだった。それを旧来の工芸技法と近代の工業技術を組み合わせることで解決できたのは、大泉物産の技術力の賜物だろう。

一見するだけではわからないが、知れば知るほどTHEカトラリーには技術の粋が詰まっている。開発の途中、数々の難題の連続で社内からも「引き受けないほうがよいのではないか……」という消極的な意見があったそうだ。しかし、「ものづくりが好きですし、難しいことにも挑戦していかないと、ということで今回やらせていただきました」と大泉さん。

経済的合理性よりも原点回帰。カトラリー本来の使いやすさと佇まいを追求したTHEカトラリーは、毎日の食卓をより快適にしてくれることは間違いない。一度買うとなかなか買い替えないカトラリーであるが、ここまで機能とデザインにこだわり抜いたものはまさに一生もの。ちょっと奮発してでも、家族分を揃えたくなってしまうのは筆者だけではないだろう。

大泉物産の4代目社長・大泉一高さん。初代は戦中に地元の燕市で彫金を創業し、その後ゼロ戦の部品作りからスタート。戦後、燕は外貨獲得のための特区に任命され、そこから洋食器製造が栄えたという。

6：最終的な仕上げの工程は、社内の職人たちが手作業で研磨を行う。7：燕にしかないという、歴史を感じるプレス機。2つのペダルを足で操作することで、プレスの微妙な力加減を調整できるという。8：刃先を逆方向にプレスされたTHEディナーフォーク。この工程を挟むことで、THEのこだわりが実現された。9：研磨するためのバフは種類も形も様々。磨くカトラリーに合わせて、職人がひとつひとつバフを手作りする。10：手で触って傷やバリがないかを最終確認。カトラリーは口の中に入れるものなので、触手・目視の確認は欠かせない。11：フォーク先端の金型をメンテナンスする熟練の職人。

THE Sweat Pullover Hoodie

2万7500円

究極のスウェット生地を使ったTHE Sweatのプルオーバーフーディ。洗うほどに風合いが増し、身体に馴染む形状なので、まさに一生付き合える。職人が手作業で縫製しているので、縫い目も美しい。

THE Sweat Pants

2万7500円

THE Sweatシリーズと同じ素材を使ったスウェットパンツの履き心地は言わずもがな。フラットシーマと呼ばれる4本針のミシンで縫製される縫い目は、生地の端が出ず、平らになるため、肌辺りが良い。

THE Jeans Stretch for Regular

NON-WASH：1万9800円
VINTAGE WASH：2万7500円

抜群の伸縮性を誇るストレッチと、ヴィンテージさながらの美しい色落ちが両立したストレートジーンズ。60年代後半のリーバイスのパターンを採用し、経(タテ)糸にはインディゴ綿糸を使用する。

THE Jeans Stretch for Slim

ONE-WASH：1万9800円
VINTAGE WASH：2万7500円

最新の紡績技術によって抜群の伸縮性を誇るストレッチ生地の特性を生かして、タイトなシルエットにも関わらず、ジーンズとは思えないほどの動きやすさを実現。美しいシルエットと快適性を両立した一本。

THE CLEANING CLOTH

550円

水だけで油汚れまで落とす驚異的な洗浄力を持ったTHE SPONGEの生地を使った掃除用クロス。サイズは横42cm・縦21cmで、スポンジと異なり用途に合わせて最適な形で使うことができるのが特徴。

THE Breton Marine

2万6400円

フランス海軍の制服の製造を担ってきたフィルーズ・ダルボー社とのコラボで実現したバスクシャツ。横編みで作られた膨らみのある生地が特徴で、身幅方向への伸縮性が高い。フランス製。

THE TOTE BAG

S：1万450円 / M：1万4850円 / L：1万9800円

一般的な生地より20%ほど太い糸を使用。頑丈さはもちろんのこと、自然なムラ感があり、一つ一つ表情が異なる生地に仕上がった。側面の取手は、スーツケースにぴったり取り付けられる仕様。

THE Cardigan

2万6400円

肌触りの良さ、へたらない生地、軽い着心地にこだわった一枚。コットンカシミヤの糸を使用し、熱い日でもさらっと涼しく着られる。人体の動きに即した立体的なパターンなので着心地は抜群。

THE CHINO

1万9800円

光沢感のある超長綿を使用した、上品だけど丈夫で、着るほどに馴染んでアジが出るチノパン。毛羽立ちにくい素材なので、洗濯を繰り返しても光沢感は失われない。染色はボタニカルダイを採用。

THE HAND SOAP

2585円

人に優しく、環境にも優しいハンドソープ。きめ細やかな泡が手のすみずみに行き渡るので、一般のハンドソープよりも少量で汚れがきれいに落ちる。アルコール類や殺菌剤、着色料は一切不使用。

THE PAJAMAS

6万3800円

高い機能性と極上の着心地を追求したパジャマ。シルク糸をニットとして編み立てた生地は、シルク100%にも関わらずジャージのように伸びる。身体への締め付けがなく柔らかな肌触りを実現している。

THE DAYPACK By East Pack®

2万4200円

East Pack®とのコラボで誕生したデイパックは、一日中持ち歩く荷物をくまなく想定し、メインの荷室を３つに分割。収納／取り出しが容易で、荷物が少ない時でも型崩れを防ぐ構造になっている。

THE SWEATER Crew neck

1万9800円

コットン・カシミア混紡のクルーネックセーター。編み地の目面が美しいだけでなく、一枚着るだけでしっかりと見える、仕立ての良さが特長だ。グレー、ネイビー、ブラックの３色展開。

THE SWEATER V-neck

1万9800円

クルーネックと同素材で作られたハイゲージのVネックセーター。行程の中で最も技術が問われる首元や腕のパーツを繋ぐ減らし目の処理は、一つ一つ丁寧に仕上げている。同じく３色展開。

THE MONSTER SPEC® "DOWN JACKET"

14万3000円

南極観測隊のためのダウンウエアをベースに、街でも山でも究極の暖かさを提供してくれるダウンジャケット。最高級のダウンを使用し、表生地には引き裂き強度の強いリップストップタフタを採用。

THE MONSTER SPEC® "Pocketable Parka"

2万1450円

世界最軽量のリップストップ・ナイロン生地を使った、手の平サイズに収納できる超軽量ポケッタブルパーカ。糸自体に弾力性があり、強撥水加工を採用した極薄生地なので、洗濯後の乾燥も早い。

THE MONSTER SPEC® "WARM WEAR"

1万6500円

過酷な環境下で活動するプロフェッショナルが愛用する特殊三層構造生地の肌着をもとに開発した、圧倒的な暖かさを誇るサーマルウエア。キルトウェーブ加工は着心地がよく、保温力を発揮する。

THE MONSTER SPEC® BIKE "ALLROUNDER"

8 Speed：77万円 / Single Speed：44万円

ロードバイクの軽快さ、MTBの力強さ、乗り物としての快適性、それぞれを分解して考えることで生まれた究極のオールラウンドバイク。チタンフレーム、カーボンフォークと贅沢な装備が目白押し。

THE MONSTER SPEC　THEとは別ラインで展開する「THE MONSTER SPEC」。オーバースペックとも言えるほどの充実した仕様を施した、最先端で贅沢なアイテムが揃う。

THEにまつわる素朴な疑問を、社長の米津さんに伺いました

THE Q&A

米津雄介

1980年東京生まれ。東京造形大学卒業後、文具メーカーで商品開発とマーケティングに従事。2012年にプロダクトマネージャーとしてTHE株式会社に参画し、全国のメーカーを回りながら、商品開発・流通施策・生産管理・品質管理などプロダクトマネジメント全般と事業計画を担当。2015年3月に代表取締役社長に就任。

世の中の定番を新たに生み出し続けているTHE。2012年の立ち上げから現在に至るまで、送り出された全57アイテムに共通して言えるのは、語り尽くせないストーリーとこだわりが詰まっていること。でも、そもそもなぜTHEを立ち上げたのか？　商品開発のこだわりはなんなのか？　THEにまつわる気になることを、代表取締役社長の米津雄介さんに聞いてきました。

Q THEってどんな会社？

「〝最適〟と暮らす」というビジョンと共に、クリエイターが経営参画する会社です。

「2012年にクリエイターの発案で生まれた会社です。水野学さんと鈴木啓太さんがブランドの骨子となるコンセプトを生み出し、中川政七さんが流通や事業の建て付けを担う役割で参画。最後に僕がものづくりのマネジメント役として参画しました。『“最適”と暮らす』というビジョンを据えていますが、これは僕らのブランドや製品・サービスを通して、ものづくりの文化、経済、環境が『常に無駄なく最適であること』を目指し、そのプロセスを貫くことで世の中を変えていく、という意志を言葉にしたものです。少し堅苦しいかもしれませんが、単純にものづくりを通して世の中を良くしたい、という思いから生まれた会社です。ビジョンは最近になって改めて言葉にし直しましたが、創業時から変わらずに掲げているブランドコンセプトにもそんな思いが現れているかなと思っています」

過去を知り、
現在を考え、
未来を創る。

生命と遺伝子の営みが、発生と進化と淘汰を繰り返し、
数多の愛すべき無駄を携えながら最適な姿へと形を変えてきたように、
人の歴史と共に生まれた数多くのモノたちも
愛され、やがて消え、姿を変えながら、進化を続けてきました。

そして、今。
わたしたちは、こんな風に思い始めています。
そろそろ、「これこそは」と呼べるものが欲しい、と。

たとえば、THE JEANSといえばLevi's 501。
しかし、この世界には未だ「THE」と呼べるものが明確に存在しないアイテムも
数多く残されています。

世の中の定番を新たに生み出し、これからの「THE」をつくっていくこと。
世の中の定番と呼ばれるモノの基準値を引き上げていくこと。
本当に「THE」と呼べるモノを、生み出していくこと。
わたしたちは、そんなモノづくりを目指していきます。

Q THEという言葉に込めた想いは？

THE＝そのジャンルの基準値、と捉えています。

「よくジーンズを例えに出すんですけど、ジーンズを買おうと思ったときにリーバイス501をまず見に行く。見に行って、これよりも細い方がいいなとか、色はもう少し濃いほうがいいなとか。そういった、各ジャンルの基準値という風に訳しています。ド真ん中だから値段も機能も平均という話ではありません。新しい基準値を作ることで世の中を良くしていきたいので、相対評価ではなく、絶対評価で考えています。つまり、基準値とは、“未来の定番品”であると定義していまして、僕らが、本来はこうあるべきでは？と思うものが定番になったら良いなぁなんて勝手ながら考えています。でも、世の中には本当に良いものもたくさんあるわけで、『これがあればいい！』と僕らが納得するものがあるジャンルにおいては、THEとしてわざわざ作る必要もないので、そういった良品はショップのほうで取り扱いさせていただいて、啓発しています」

Q なぜTHEをはじめたのでしょうか？

ものづくりの文化、経済、環境を変えたいんです。

「きっかけは東日本大震災でした。世の中みんなが価値観を見つめ直した時期だと思いますが、僕もものづくりの在り方や文化について考えさせられました。大量に作って大量に消費することに対し、それまでも問題意識はありましたが、自分の中でも世の中的にもその問題意識が一気に顕在化した時期だったと思います。毎年のようにどんどん機能が付加されていく家電製品や、各ジャンルのヒット商品の類似品の山を見ながら、本当にこのままで良いのだろうか？　という懸念がありました。ちょうどその頃、プロダクトデザイナーの鈴木啓太さんに誘われて、立ち上げ準備中のTHEのコンセプトや考え方を聞いたとき、『自分のものづくりはここにある』と強く思ったことを覚えています。創業から7年経ち、当時と環境はだいぶ変わったものの、THEのものづくりを通して世直しをしたいという想いは今も変わりません。ものの在り方や文化、ものづくりの経済、環境汚染と資源枯渇、こういった社会課題を解決する為に、ブランドコンセプトの『ながく愛される未来の定番品をつくる』という考え方が有効だと思っています」

Q THEの強みは？

「THEは多ジャンルで商品を展開しているので、いろいろな業界の文化が分かります。それが強みですね。工場を持っていないからこそ、いろんなジャンルの知見を吸収できます。例えば、醤油差しの液だれしない機構を、洗剤を垂らすときの機構に応用するということは、僕らにしかできないことかもしれない。ものづくりの業界って多くが縦割りで、商習慣も違えば、作り方のプロセスも何もかもが違います。そこにTHEは横串を通して存在しています。各業界でのスタンダードアイテムを作るための最適解を日々考えていると、いろいろなことが生まれてきます。ボツになったアイディアもそうですし、思わぬ発見もあります。そういった多ジャンルで培った知見・知性はできるだけ共有していますが、将来的にもっともっと活用できたら、THEがメーカーとして存在している価値があるなと思っています」

A 多ジャンルで培った知性が集約していることです。

Q 1ジャンル1社としかやらないのはなぜですか？

A 一社と深く関わるほうが、可能性も広がるからです。

「THEは工場を持たないメーカー、いわゆるファブレスメーカーです。通常、商品をデザインしたら何社かに見積もりをとって、常に一番安くて品質のいい会社と取引をしたいと考えます。それは非常に合理的で意味もあると思うのですが、僕らは1社と付き合い続けることの合理性もあると考えています。やっぱり関係性がすごく深くなりますし、そうすることでいろんなチャレンジもできます。また、同ジャンルのたくさんの会社とお付き合いしていると、チャレンジできる関係性をそれぞれの会社とつくりあげるまでに時間もコストもかかります。基本的にはものづくりが好きな人としか一緒に仕事をしないようにしていますので、無茶なオーダーをしたとしても、『THEが言うんだったらやってやろうじゃないか！』と張り合っていただける。そういう関係性が理想だと思っています。あと、THEの商品には製造いただいたメーカー名を記載しているのですが、これによって新しい仕事の話がメーカーさんの方に入ったりするので、win-winな構造だと思いますね」

Q 商品を作るうえでのルールは？

A 「THE五箇条」をいかに満たしているかで判断します。

BARAND RULES THE 五箇条

PRICE	FUNCTION	MATERIAL	HISTORY	FORM
価格としての最適 そのものが本来持つべき価値を定量評価	機能としての最適 本質的で効率が良く、過不足ない機能	素材としての最適 そのものらしさがあり、未来に繋がる材質	歴史としての最適 長く生き続ける原因考察と物語性の構築	形状としての最適 用途に適し、無駄なく美しい形状

「THEのブランドルールとして、創業時から掲げている五箇条があります。形状、歴史、素材、機能、価格。この5つをTHE五箇条といって、それぞれに設定した条件を満たしているものが未来の定番になるという指針です。なので、全部が満点みたいなことは絶対にありませんし、考えれば考えるほど、素材と機能とか、歴史と形状というのは結びついてくるんです。商品を設計するのって責任がすごく重いと思っていまして、考え始めているときに、文化とか経済とか環境性能のほとんどが決まってしまうんです。投資もかかりますから、後から変えることができません。どれだけ、最初に考えるかが大事なんです。形状は最適か？ 機能に過不足はないか？ 歴史上で、このアイテムは文化としてどういう立ち位置があるのか？素材は本当にこれでいいのか？ などなど、ボードメンバーで議論を重ねながら吟味しています」

Q 直営店が果たす役割は？

A よりコアなファンと繋がる場所です。

「THE SHOPは、東京と京都の２店舗に加え、11月からは旗艦店として渋谷スクランブルスクエアにもオープンします。THE SHOPは我々の世界観や考え方をお伝えする場であると同時に、半分はセレクトショップなんです。世の中にはすごくいいものがたくさんあって、我々が作るだけじゃなくて、いいものを紹介していく場でもありたいと思っています。スタッフは商品の魅力を熟知していますので、各アイテムについて非常にロジカルに説明ができます。そのストーリーを聞いて購入されるお客様はとても多いです。あと、今後チャレンジしていきたいのは、よりお客さんとの繋がりを濃くしていきたいですね。あまり知られていないのですが、店頭にTHEの洗剤の空ボトルを持ってきていただければ、その場で少しお得に詰め替えができるんです。４月から始めていて、まだ10リッターほどと少ないのですが、それでも20人ぐらいはわざわざ来店していただいています。ほかにも、洋服の修理や割れた茶碗の金継ぎなど、ショップに持ってきていただければ修理できるということを伝えていきたいです。こういったサービスを活用いただくお客様は間違いなく僕らと考え方が近いと思いますので、そういった方々が来店したくなるショップにしていきたいですね」

渋谷スクランブルスクエア店のオープンを記念して作られたショッピングバッグ。「環境提言型の商品として、世界で一番流通しているレジ袋がモチーフ。世界一薄くて軽くて丈夫なリップストップナイロン生地を採用した、ちょっと冗談みたいな商品です」。500枚限定販売で5000円。

THE SHOP SHIBUYA

11月1日に開業する渋谷スクランブルスクエア内にオープンする「THE SHOP SHIBUYA」。渋谷駅直結の駅ビルになるので、THEの商品を手にとったことがない方はぜひ一度訪れてそのこだわりを実感してほしい。

〒150-6115
東京都渋谷区渋谷2-24-12
渋谷スクランブルスクエア ショップ＆レストラン8F
営業時間　10:00 - 21:00（ショップ）
TEL・FAX　03-6452-6221

THE SHOP TOKYO

〒100-0005
東京都千代田区丸の内2-7-2　JPタワー『KITTE』4階
営業時間　月～土 11:00 – 21:00
日・祝 11:00 – 20:00（祝前日は – 21:00）
TEL・FAX　03-3217-2008

THE SHOP KYOTO

〒600-8031
京都府京都市下京区寺町通四条下ル貞安前之町605番地　藤井大丸 2F
営業時間　10:30 – 20:00
TEL・FAX　075-744-1300

家電のプロが
イチ早く使う!

ds hands on!

ヒット確実な新製品の「試してわかった」をレポート!

illustration by foxco

01

02

03

掃除機

パナソニック
コードレススティック掃除機
パワーコードレス
MC-SB30J

2in1 モバイルノート

パナソニック
Let's note QV
CF-QV8FDGQR

日本酒セラー

AQUA
SAKE CABINET

ミラーレスカメラ

富士フイルム
FUJIFILM X-A7

自動車

シトロエン
C3 AIRCROSS SUV

text by 伊森ちづる
photo by 下城英悟（GREEN HOUSE）

"シンプル、軽い、よく吸い込む
こんなコードレス掃除機を待っていた"

掃除機

パナソニック

コードレススティック掃除機 パワーコードレス　MC-SB30J

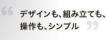
実勢価格：4万9280円

パナソニックの「コードレススティック掃除機 パワーコードレス MC-SB30J」は、スティック時の質量1.6kg。軽量なコードレススティック掃除機だ。ゴミをしっかりかき出すパワーノズルを採用し、軽さと掃除性能の両立を目指した。シンプルなデザイン、直感的な操作性といった特徴とあわせて、バランス良く仕上げられた掃除機だ。

Spec

サイズ：幅220×奥行き182×高さ1106mm（スティック時）
本体質量：1.6kg（スティック時）
充電時間：約3.5時間
使用時間目安：HIGH／約6分、ON／約20分、約25分（床用ノズル使用時、すき間用ノズル使用時）

集じん方式：サイクロン
集じん容積：0.15L
運転音：75～約65dB
付属ツール：すき間用ノズル

“デザインも、組み立ても、操作も、シンプル”

デザインはみたとおりシンプルだが、使い勝手もムダを省きシンプルに仕上げた。製品の箱をあけるとパーツが少なく、すぐに組み立てられる。余計な梱包がないので、使い始める際のストレスがない。充電はプラグを本体のコネクタに差し込むだけ。滑り止めのゴムがついているため、充電中、壁に立てかけられる。パイプとノズルを外した状態でも充電ができ、掃除をしない時は分解してカゴなどにまとめて収納することもできる。

“軽いと、家中の掃除が捗る”

ノズルと本体を装着すればハンディクリーナーに。「滑り止めゴム」のおかげでハンディの状態で立てかけておけるので、和室に設置したところ座ったままでもすぐに掃除ができるのでラクだった。

付属の「すき間用ノズル」は、家具と家具のすき間の掃除に便利。延長管とあわせて使えば高いところにも届く。本体が軽いと持ち運びやすいため、高所、二階、車内などさまざまな場所を掃除できる。

“このハンドル形状だから手元にフィットする”

ハンドルは曲線を描くような形状。よくみると内側に突起がある。この突起が軽い取り回しのポイントだ。開口部が広くアールがかっているため用途にあわせて持ちやすい位置に手をかけられる。さらに突起があることで、手が滑らずにフィットして握れた。

軽さ、小回り、掃除性能。毎日使いたくなる掃除機

今年、パナソニックはコードレススティック掃除機「パワーコードレス」のラインナップを拡充。吸込仕事率200Wの“キャニスター並みの吸引力”を実現したフラグシップ機に加え、軽さとパワーを両立させた「MC-SB30J」を発表した。

MC-SB30Jは「パワーコードレス」シリーズにふさわしく**HIGHモード時の吸込仕事率100Wのハイパワー**。パワーはフラグシップ機ほどではないものの、メディア向け説明会では3kgのおもりを持ち上げていた。大きなゴミも細かいゴミも吸い取る。特にフローリングの掃除では**溝に入り込んだゴミも壁際のゴミもよくとる**ため、満足度が高かった。ラグマットなどに入り込んだゴミに関しては、フラグシップ機が1往復でキレイになるのに対し、本機の場合は2往復かかる。とはいえ、日常的な掃除では充分だと感じた。

見た目はスッキリとした主張しないデザイン。全体的に上品な光沢があり高級感を感じさせる。一番の魅力は軽さだ。**スティック時の本体質量は1.6kg**と軽い。

操作ボタンはON/OFF用と、モード切り替え用の2つのみで**分かりやすい**つくり。本体の2つのランプで電池残量や、忘れがちなダストボックスのお手入れ時期を知らせる。軽くて操作がシンプルだと、使うまでの心理的なハードルが低くなるため、自分だけでなく家族もホウキ感覚でサッと掃除ができるようで、日々の生活の中で掃除機の登場回数が増えた。

細かいゴミも、大きめのゴミも吸い込む頼もしさ

ラグの上に重曹と猫砂をまいて掃除。写真はいち往復した状態。重曹はキレイにとれたがラグの毛の間に入り込んだ猫砂は少し残った。二往復するとすっかりキレイになる。ラグのはりつきは気にならなかった。

フローリングに重曹をまいた状態で掃除をした。いち往復したところ、すき間の重曹までキレイにとれた。ノズルの前面が薄くギリギリまでブラシが届くので、部屋の壁際の掃除もしやすく、満足度が高かった。

フローリングに猫砂をまいた状態。フローリングのすき間に入り込んだ猫砂も1往復するとキレイにとれる。砂や食べこぼしなどがフローリングのすき間などに入り込みやすいので、これくらいしっかりとれれば安心だ。

吸引力だけではゴミはとれない。ブラシでしっかりかき出さないと

掃除機でよくゴミを取るためには、ブラシでゴミをかき出す力が重要だ。本機は毛先が違う2種類のブラシを搭載。モコモコとした緑色のブラシはフローリングなどで細かいゴミを集め、白いブラシはじゅうたんなどのゴミをかき出す。大きなゴミも集めやすいようヘッドの手前が波状にカットされている。

ダストカップのパーツはまるごと水洗いできる

ダストカップのパーツは大きく、少ないので扱いやすい。まるごと水洗いできるのでいつでも清潔に保てるのはうれしい。間違った方向には、はまらないように出来ているため迷わず元に戻せる。

開口部が大きなハンドルは持ちやすい。身長や掃除する場所に関わらず、自分が持ちやすいところを握れる点が魅力だ。掃除機を動かすと、丁度歩くときの腕の振りと同じように**ラクな姿勢で動かせる**。ここは見落としがちだが重要なポイントだ。腕力がある男性はあまり気にならないかもしれないが、家族みんなで使うことを考えると、誰もが楽な姿勢で掃除をできるかどうかは、使い勝手の良さにつながる。

気になったのは掃除中の音だ。運転音は75から65dB。高い音がよく聞こえるため、音が大きく感じる。朝や夜などでも気がついたら掃除がしたいので、もう少し音が抑えられるとうれしい。

Reviewer

家電・家電量販店ライター
伊森ちづる

流通専門誌出身の家電ライター。メーカー取材、量販店取材、自分で使った生活者視点を踏まえ、様々な方向から家電の魅力を捉える。

text by コヤマタカヒロ
photo by 大久保恵造

“12インチのコンパクトボディを採用した2in1スタイルの世界最小ビジネスノート”

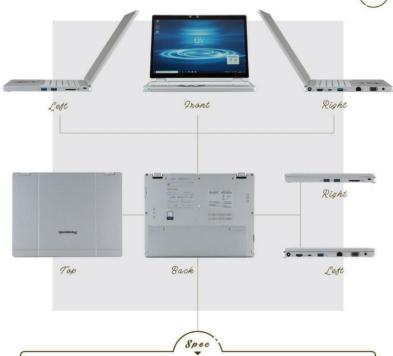
2in1 モバイルノート

パナソニック

Let's note QV CF-QV8FDGQR

実勢価格：26万6780円

使う場所を選ばないコンパクトサイズに高性能と、ビジネスに必要な機能を詰め込んだ2イン1スタイルPC。Lets noteシリーズの共通である、VGA端子をはじめとした充実したインターフェイスや高いセキュリティ機能、タフ機能を搭載しておりビジネスユースで活躍できる。縦に広いアスペクト比3:2の12インチディスプレイは2880×1920ドットと高精細で、ビジネスの効率化にも寄与できる。

Spec

[CF-QV8FDGQRの場合]

サイズ：幅273×奥行き209.2×高さ18.7mm
質量：0.949kg
搭載OS：Windows 10 Pro 64ビット
CPU：インテルCore i5-8265U プロセッサー（1.60 GHz ～ 3.90 GHz）
チップセットCPUに内蔵
メインメモリー：8GB LPDDR3 SDRAM
ストレージ：SSD 256GB（PCIe）
ディスプレイ：12.0型（3：2） WQXGA+ TFTカラー液晶（2880×1920ドット）（静電容量式マルチタッチパネル、アンチリフレクション保護フィルム付き）
端子類：USB3.1 Type-C（Thunderbolt 3、USB Power Delivery対応）、USB3.0 Type-Aポート×3（うち1つはスマホ充電対応を兼ねる）、LANコネクター（RJ-45）、外部ディスプレイコネクター（アナログRGB ミニD-sub 15ピン）、HDMI出力端子（4K60p出力対応）、ヘッドセット端子（マイク入力＋オーディオ出力）（ヘッドセットミニジャック3.5mm、CTIA準拠）
カードスロット：SDメモリーカードスロット
カメラ：顔認証対応カメラ、有効画素数：最大 1920×1080ピクセル（約207万画素）
センサー：照度センサー、地磁気センサー、ジャイロセンサー、加速度センサー
ワイヤレス：IEEE802.11a/b/g/n/ac 準拠、Bluetooth v5.0
セキュリティ機能：TPM（TCG V2.0）準拠、顔認証対応カメラ/指紋センサー（タッチ式）
バッテリー駆動時間：約10時間（JEITA Ver.2.0）
その他：Microsoft Office Home and Business 2019付属

「Let's note QV8」シリーズはA4サイズのコンパクトさが特徴だが、厳密には横方向はA4サイズよりもさらに短くなっている。このことにより携帯性はさらにアップしている。

“狭い場所でも使いやすいコンパクトボディ”

「Let's note QV8」のキーボード。縦6列の配置だが一部キーが小さい点や、「半角/全角キー」の位置などはチェックしておきたいポイント。主要キーはキーピッチ19mmを確保している。

本体横方向のサイズがコンパクトなので、新幹線のテーブルなどに置いたときでも、ドリンクが干渉しない。これなら、別にドリンク置き場を探す必要がないため、窓際以外の席でも仕事がしやすい。

ディスプレイを回転させることで、タブレットスタイルで利用可能。縦向きのポジションにすれば、ウェブサイトや、電子書籍なども見やすい。本体質量も1kgを切るため、気軽に持てる。

“2in1スタイルのモバイルだから多彩な使い方ができる”

動画などを楽しみたい時はキーボードを反転したスタイルにするとディスプレイをより近い位置に配置できる。ただし、スピーカーはキーボード面に搭載しているため、このスタイルの時はイヤホンを使いたい。

左）USB Power Deliveryに対応したUSB Type C端子を搭載。モバイルバッテリーからの充電などにも対応する。右）本体背面にあるバッテリーは脱着式となっているため、複数用意することで駆動時間を延ばすことができる。

コンパクトボディなのにビジネスに必要な機能が満載

どれだけスマートフォンが進化しても、ビジネスシーンでは欠かせないのがモバイルノートだ。それは**軽く、コンパクトで、ビジネスで活躍できる高い性能が求められている。**

パナソニックの『Let's note』はそんなビジネス向けのモバイルノートの中で高い支持を集めるブランド。**今回はクアッドコアCPUを搭載する2in1 PC において世界最小サイズ(フットプリント)を実現した新モデル『QV8』を試した。**

量販店向けモデルはCPU やメモリ容量 SSD 容量の違いによって4モデルを用意。今回試した『CF-QV8FDGQR』はCPUにCore i5を採用。メモリとストレージは8GB/256GBを搭載したお値打ちモデルだ。

実際に手にしてみたところ、最初はディスプレイが大きいこともあり、それほど小さくは感じなかった。ところが閉じてカバンに収納すると印象が変わる。かさばらないのだ。電車の中で膝の上で使ったときも同じ。横幅がスリムなため、左右にあまり迷惑をかけにくい印象。**新幹線のテーブルに置いたときに、ドリンク置きと干渉しない**のも便利だった。

キーボードは一部に細いキーがあるため、若干の慣れが必要な印象。ただし、モバイルノートとしてはストロークが深く、打鍵感はいい。12.1型ディスプレイは非常に高解像度だが、その分100%表示では小さすぎて厳しく、150%表示が、ちょうどいい(出荷時は200%表示)。**ディスプレイを回転す**

別売のタッチペンを用意することでペン入力にも対応。タッチパネルは付属の設定ユーティリティでタッチ操作用とペン入力用にチューニングを切り替えられる。

シリーズ共通の丸いホイールパッドを搭載。 パッドの縁を円形になぞることでWebページなどのスクロールが可能。 ユーティリティによる設定により、左右スクロールなども可能だ。

『Let's note』シリーズ最大の特徴の一つがVGA端子を本体に搭載していること。 これにより、会議室に古いプロジェクターしかない場合でも、世界アダプターを使うことなく接続できる。

“3:2比のディスプレイと使い勝手のよいUIを採用”

2880×1920ドット表示の12インチディスプレイは表示エリアが非常に広いのが特徴。さらに一般できないワイドディスプレイと比べて、縦方向に広いため、A4文書などの一覧性がより高い。 ただし、100%表示では文字が小さくなりすぎて見にくかった。

“セキュリティ機能やタフ性能もしっかりと搭載”

[ボンネット構造]

ボンネット構造の天板を採用。 76cm落下試験や100kgf加圧振動試験などを繰り返し行なったタフボディは、満員電車など日本の厳しい環境でも安心だ。

[指紋認証]

タッチ式の指紋センサーを搭載しており、素早くWindowsログインなどが可能。さらに、顔認証対応カメラも搭載しており、2つの生体認証のどちらでもログインできる。

[リアカメラ(一部モデル)]

一部の法人向けでキーボード上部にアウトカメラを配置したモデルも用意。 タブレットスタイルにしたときに、背面カメラとして利用できる仕組みだ。

るだけでタブレットスタイルに変更できるのも便利で、画面をタッチしながら資料を見る、といった使い方もスムーズ。ただし、せっかくならタッチペンは標準付属にして欲しかった。

バッテリー駆動時間は公称値で約10時間と近年のモバイルノートとしてはやや短め。カフェなどで長時間仕事するスタイルよりは、オフィス内でのモバイルに向く印象。**出張などで持ち歩く場合は、大容量のモバイルバッテリーを用意するか、別売のバッテリーパックを購入しておくとよさそうだ。**『Let's note QV8』はコンパクトさとPCとしての性能の両方を両立したモデル。小型ではあるがメインPCとして場所や使い方に縛られることなく活用できそうだ。

Reviewer

デジタル＆家電ライター
コヤマタカヒロ

デジタル機器と家電の専門家としてPCからAV機器、白物家電に関する執筆活動を展開する。 調理家電のための空間「コヤマキッチン」を用意。

text by 石井和美
photo by 下城英悟（GREEN HOUSE）

“日本酒に適した－5℃で管理 フレッシュな味わいを家で楽しめる日本酒セラー”

日本酒セラー

AQUA
SAKE CABINET

実勢価格：11万2750円

日本酒の管理に適したマイナス5℃で日本酒を管理できる、スタイリッシュな100リットル台の家庭用日本酒セラー。一升瓶、四合瓶のほかに、下部の引き出しでは300mLサイズの小瓶の保存も可能。酒質の変化を最低限に抑え、一本一本を飲み切るのではなく、様々な日本酒をその日の気分や料理によって飲み比べることができる。

Front

Open

Spec

[日本酒収容数]

上段：四合瓶 12本まで（4横×3奥）

※瓶のサイズ（底面の直径）によっては12本未満

中段：一升瓶 9本まで（3横×3奥）

下段（BOX）：小瓶、他小物

[その他製品仕様]

定格内容積：153L

外形寸法：幅503×奥行598×高さ1310mm

製品質量：47kg

“酒質の劣化を抑える縦置き”

上段には4×3で四合瓶を最大12本収納できる。横置きではなく縦置きで収納する。縦置きにすると空気に触れる面積が狭くなり、酒質の劣化を抑えられる。

一升瓶は9本入れることが可能。転倒防止柵があるので、一升瓶同士がぶつかり合うことなく、キレイに揃えて入れられる。中は暗めで、下段の方が奥は見にくい。

一番下の引き出しは、300mLの瓶入り日本酒やカップ酒など、小さいサイズの日本酒をまとめて収納できる。収納ボックスは半透明で、何が入っているのか一目でわかる。

扉を開けると棚が2段、下には引き出しの収納ボックスがある。上の2段は引き出せるようにみえるが、前に引き出すことはできず、固定されている。そのため、日本酒を入れる際は、奥から順番に入れる。

“ディテールに至るまで美しいデザイン”

コントロールパネルで温度を変更できる。操作は簡単で「SET」を長押ししてから-10℃、-5℃、0℃、＋5℃、10℃から選ぶ。なお、設定温度を-10℃から0℃以上に切り換える場合、温度が安定するまで半日以上かかる。

一見、真っ黒に見える冷蔵庫だが、黒だけではない。扉の手を掛ける部分にワンポイントのメタリックな飾りがあり、アクセントになっている。デザイン性だけでなく、手を添える部分が一目でわかるようになっている。

扉部分は遠目から見ると黒に見えるが、黒基調の七宝柄となっている。光の当たり方で見える七宝柄は、上品な佇まいだ。リビングなどに置いても、インテリアとして主張しすぎず、生活シーンに溶け込む。

日本酒本来の味わいを家庭で気軽に楽しめる

現在、世界的に人気があり、注目されている日本酒。せっかくなら、特別な日本酒はフレッシュな状態で楽しみたいもの。家庭で日本酒を適温で保管できる日本酒セラー「SAKE CABINET」を、アクアが発売したので、さっそく試してみることにした。

お酒は開封後から味の劣化が進む。**日本酒セラーは適温で楽しむことができるほか、程よい熟成を促すことができる。**日本酒は一般的な冷蔵庫で保存することもできるが、開け閉めが多いため、一定の温度が保つことが難しい。また、一升瓶がまるごと入らなかったり、ネットショップなどでたくさん仕入れても入れる場所がなかったり、そもそも日本酒に適した温度設定ができないこともある。

『SAKE CABINET』は、庫内温度を日本酒に最適な-10℃、-5℃、0℃、＋5℃、10℃から選ぶことができる。**飲みかけの日本酒も適温でしっかり冷やせるため、本来の味と香りをしっかりキープできる。飲みたいときに、キリッと冷えた美味しいお酒を味わうことが可能だ。**同社によると、-5℃で日本酒を保存すると、日本酒の酒質や鮮度を維持するために有効だという。

冷酒を楽しみたかったため、-5℃に設定してから日本酒を入れてみた。同製品は、一升瓶を9本・四合瓶を最大12本も管理でき、様々な種類の日本酒を家庭で保管できる。**これ**

さまざまなサイズの日本酒がぴったり収まるムダがない収納

扉は一枚で、開けるとすべての段が一目で見える。それぞれの段の高さは日本酒に適しており、無駄なく入れることができた。手前の日本酒はラベルもはっきり見えるので、開けたときの気分も上がる。

縦置きで棚は引き出せないので、手前の日本酒からそっと取り出す。奥の日本酒を取りたいときは、手前の日本酒を取り出す必要がある。熟成したい日本酒は奥、早めに飲みたい日本酒は手前に置いた。

一番下の引き出しに300mLの日本酒を入れてみたところ、縦置きで8本入れられることがわかった。一升瓶、四合瓶だけでなく、小さなサイズの日本酒まで保管できるのは嬉しい。引き出し式なので奥まで取りやすい。

キンキンに冷えた日本酒を飲める幸せ

扉を開けると、青白いLEDが庫内を照らす。上段は奥まで明るいが、上段に日本酒を詰めてしまうと、下段は奥側が少し暗いと感じた。扉のパッキンは密閉度が高く、冷気を逃さない。扉にはちょっとしたつまみなどが入れられるポケットがあり、そこにチーズなどを入れることができた。-5℃で冷やした日本酒は格別だ。

「SHUGO」(シュゴー)アプリをダウンロードすると、厳選された日本酒を購入することができる。「SAKE CABINET」を持っていれば、特別な日本酒メニューも表示される。日本酒のマメ知識なども楽しい。

までは冷蔵庫の都合で、開けた日本酒から飲みきり、次の日本酒を飲んでいたが、その日の気分に合わせて複数のお酒から選んで楽しめるようになった。縦置きなので奥の日本酒を出すのは少々手間がかかるが、キンキンに冷えた日本酒は格別で、いくらでも飲めてしまう。

封を開けてしまっても、品質を損わないまま最初から最後までおいしく飲み切ることができるのは嬉しい。**5℃や10℃の高めの温度設定で熟成させ、好みの味になったら冷やして保管する、といったこともできる。**コンパクトなサイズ感もちょうどよく、主張し過ぎないシンプルなデザインも気に入っている。日本酒好きにはたまらない製品だ。

Reviewer

ライター・家電プロレビュアー
石井和美

家電プロレビューアー。白物家電や日用品の製品レビューが得意。WEBや雑誌などで多数執筆中。家電blog(http://kaden-blog.net/)管理人。

test by 山下達也（ジアスワークス）
photo by 松浦文生

”上位モデルにもない
魅力を備えた
カジュアルミラーレス“

ミラーレスカメラ

富士フイルム
FUJIFILM X-A7

実勢価格：9万2950円（レンズキット）

レンズキットで9万円台という低価格がうれしい、富士フイルムのエントリーミラーレスカメラ。新開発の撮像素子を搭載したことで、像面位相差AFのエリア拡大、高速・高精度化を実現した。また、先代「X-A5」ではチルト方式だったモニタがバリアングル方式に変更され、これまで以上に自由度の高い撮影が可能に。タッチUIも大幅に洗練され、より直観的な操作が可能になっている。

Spec

サイズ：W119×H67.7×D41.1mm

重量：320g

撮像素子：APS-CサイズCMOS

有効画素数：2424万画素

レンズマウント：FUJIFILM Xマウント

モニタ：3.5型液晶（276万ドット）

シャッター速度：30秒〜1/4000秒（電子シャッターは〜1/32000秒）

連写速度：6コマ/秒（連続記録枚数：JPEG10枚）

動画撮影機能：4K/30p（〜15分）

連続撮影枚数：約270枚（スタンダードモード時）

必要な機能をシンプルにまとめられている

操作系をシンプルにまとめつつ、モードダイヤルや露出補正ダイヤルなどはしっかり搭載。カメラを構えた状態でクイックに撮影設定をコントロールできる。なお、手前のダイヤルのボタンはカスタマイズ可能なFn1ボタン。

多くの操作をタッチパネルから快適に行なえるようになったこともあり、背面ボタンはMENU/OKボタンとDISP/BACKボタンのわずか2つ。その上にはフォーカスレバーとして動作する8方向レバーが配置されている。

本体側面にはテレビ出力用のHDMIマイクロ端子(Type D)と、PCなどとの接続に使うUSB Type-C端子を配置(転送速度はUSB 2.0相当)。もちろんUSB端子からは充電も行える。

本体天面にはポップアップフラッシュを内蔵。もちろん富士フイルム自慢の「スーパーiフラッシュ」対応で、一般的なフラッシュ撮影時におきやすい白トビや黒ツブレを全自動で低減してくれる。

16：9の画角が珍しい背面モニターはバリアングルタイプで自撮りも可能。静電容量方式のタッチパネルはスマホライクな、滑らかな操作感が◎だ。分かりやすいアイコンで直観的に操作できた(?ボタンをタッチするとヘルプを表示可能)。

撮影画像の再生時にはスマホライクなピンチ操作が可能。任意の部分をササッと拡大・縮小できるのが便利だ。もちろん、左右フリックで前後の写真に切り換えることも可能だ。

メインで使える タッチインターフェイス

初心者には難しい絞りのコントロールをスライドバーで、効果を確認しながら調整できる。見た目はスマホカメラの疑似ぼけ再現機能に似ているが、こちらは光学的な、なめらかでうつくしいぼけ表現を楽しめる。

フィルムシミュレーション(右記)や、フィルター機能などでは、効果を2分割表示で確認できる。境界線をタッチ操作で自由に動かせるのがユニーク。

スマホカメラからのステップアップにベストな１台!!

これまでレンズ交換式カメラを触ったことのない入門者層をターゲットにしたミラーレスカメラ「X-A7」。この層を狙った製品は各社からさまざまな選択肢が投入されているが、本機はその点で、より踏み込んだ内容となっている。

まず驚かされたのが**モニターの画角(アスペクト比)がテレビやスマホ、タブレットでおなじみの16：9**となっていたこと。しかも、それに合わせて**デフォルトの撮影画像も16：9**となっているのだ(出力画像の上下をカットするようなものなのでかなり勇気の要る決断)。これまでのカメラに馴れた人には違和感がありそうだが、**撮った写真をスマホやテレビで鑑賞することを考えると、これはとても理に適っている。**また、**モニターの輝度も最新スマホ並みに明るく(最高輝度1000カンデラ)**、非常に見やすかった。

また、**タッチUIも従来モデルから一新。**これまでの製品は何だかんだでボタン操作の方が快適だったが、本機ではこれがかなり実用的になり(上記参照)、結果として背面ボタン類をすっきりと整理することができた。

もちろん、富士フイルムのカメラで好評な**フィルムシミュレーションなどといった機能は健在。**フィルタ処理とはひと味異なる味付けを楽しめる。

入門者向けのメリットとしては、もう1つ、小型軽量であることも挙げておきたい。近年のミラーレスカメラは本格一

“フィルムメーカーならではの目を惹く画作り”

一般的なカメラの画角（3：2あるいは4：3）と比べて、かなりワイドな『X-A7』の画角。馴れるまで若干、撮りにくさを感じたが、広がり感を出したい被写体などには向いていそうだ。そして、新開発の撮像素子のおかげか、AFは極めて機敏で正確。低照度でもしっかり動作している。付属キットレンズ（『フジノンレンズXC15-45mmF3.5-5.6 OIS PZ』）の描写力も良好で、メインとなる被写体をくっきり浮かび上がらせてくれた（上作例）。また、このクラスの製品としてはダイナミックレンジも広めで、朝焼けのような明暗差の激しいシチュエーションでも情報を取りこぼすことなく記録できている（下作例）。

長時間露光時に、車のヘッドライトなどの光跡を浮かび上がらせる、比較明合成機能「ライトトレイル」を新搭載。作例のような写真のほか、星景写真撮影時などに威力を発揮してくれる。

［クラシッククローム］

［Velvia/ビビッド］

［セピア］

富士フイルムならではの独自機能として人気の「フィルムシミュレーション」。鮮やかでメリハリのある表現を得意とする「Velvia（ベルビア）」など、過去の名フィルムの「写り」を手軽に再現できる。もちろん、動画撮影時にも利用可能だ。

眼レフカメラに迫る高性能・高画質を目指すあまり、大型化・重量化がじわじわと進んでいるのだが、**『X-A7』は先代モデルより10％以上軽い320g（バッテリー、メモリーカード含む）という軽量ボディを実現。キットレンズを含めても455gという、500mlペットボトルを大きく下回る軽さ**なので、持ち運びが本当に苦にならなかった。

入門者にとって大切な、操作性・携帯性を高いレベルで実現しつつ、最新カメラならではのスマートさも備えた『X-A7』。特にスマホカメラからのレンズ交換式カメラ入門にはベストな1台と言えるだろう。カジュアルに使えるスナップカメラがほしいという中級者にもおすすめだ。

Reviewer

デジタルグッズライター
山下達也（ジアスワークス）

カメラを始め、PC、A&V機器など幅広いジャンルのデジタルグッズ記事を執筆する雑食系ライター。『X-A7』の新機能ではスマホとの有線接続（高速画像取り込み）がお気に入りです。

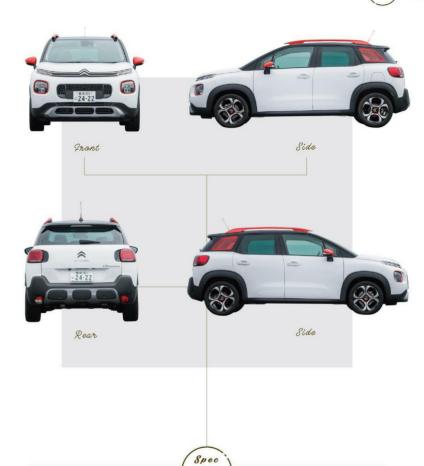
“街にもアウトドアにも
出かけたくなる
コンパクトなSUV”

自動車

シトロエン
C3 AIRCROSS SUV

価格：263万8000円～

創業100周年の節目に登場したシトロエンのSUV第2弾。先に発売された『C5 AIRCROSS SUV』がミドルサイズであったのに対して、こちらは扱いやすいコンパクトクラスとなる。駆動方式は前輪駆動の2WDだが、WRCなど多くのラリーで実績を残してきた同社だけに、オフロードでも侮れない走破性を与えられている。

Spec

サイズ：L4160 × W1765 × H1630mm
ホイールベース：2605mm
車両重量：1270 ～ 1310kg
エンジン：1199cc ターボ付き直列3気筒
最高出力：81kW（110PS）/5500rpm
最大トルク：205Nm/1750rpm
燃料消費率（JC08モード）：16.4 ～ 16.7km/L
乗車定員：5人

“街でも自然の中でも ひと目でわかる外観デザイン”

ブランドマークと一体化したフロントライトのほか、ポップなカラーで縁取られた内側にハイビームランプ、フォグランプ、そしてコーナーリングランプの３つを収めたフロントフェイスは個性的で遊び心を感じさせる仕上がり。

コンパクトながらボリューム感のあるリアフォルム。丸みを帯びたシルエットと、リアクォーターガラスに配されたアクセントカラーにより、後から見てもすぐに車種がわかる個性を放つ。

ボディラインに沿うようにデザインされたルーフレールを見ると、このクルマが細かい部分まで手を抜かずにデザインされていることが感じられる。アクセントカラーの使い方もセンスが良い。

“ポップで親しみやすいインテリア”

シートと同じファブリック素材をあしらったインパネと、エアコン吹出口などにアクセントカラーを効果的に配した内装は国産車ではなかなかお目にかかれないもの。メーターやタッチパネルの視認性も良く、操作感も良好で、ドライバーのストレスが少ないコックピットだ。

クッション性とホールド性を両立したシートは、作りの良いソファのような快適な座り心地。長時間のドライブでは、その疲れの少なさに驚くはずだ。ステッチなどのポップな差し色も印象的。

ラゲッジスペースはコンパクトSUVとしては十分なもの。上級グレードに装備されるスライドシートを倒せば、520Lとクラス最大級まで拡大が可能なので、キャンプ用品なども積み込める。

街中だけでなく自然の中でも個性を発揮するコンパクトSUV

近年、世界的に人気が高まっているのがコンパクトSUVのカテゴリー。そのジャンルにブランド100周年を迎えたシトロエンが投入したのが『C3 AIRCROSS SUV』だ。同じグループのDS AUTOMOBILESからは先日「DS 3 CROSS BACK」が登場しているが、こちらは出自が異なり人気車種である『C3』とコンポーネントを共用しているのが特徴だ。

多くのメーカーが力を入れているジャンルだけに、街でもコンパクトSUVを見かける機会は多いが、**このクルマは一度見たら忘れられない個性を持っている。**外装デザインは華美な部分はないものの、丸みを帯びたルックスとポップなアクセントカラーの効果的な配置で、目に止まりやすく、それでいて飽きが来ない仕上がり。サイズの手頃さもあり、気軽に乗って出かけたくなる雰囲気を持っている。

実際に乗り込んでみても、座り心地の良いシートとシンプルながらポップな内装デザインが相まって、親しみやすく**長時間のドライブでも疲れにくい車内空間**となっている。車線逸脱を知らせてくれる機能や、斜め後方のブラインドスポットから近づいてくる車両を感知する機能も搭載されており、ドライブ中の”守られている”安心感も高い。

コンパクトで扱いやすいドライブフィールだが、走行モードを「S」にすると、WRCマシンをルーツに持つこのクルマの隠れた素性が顔を出す。**パワフルな加速とキビキビしたハ**

自動ブレーキや車線逸脱を警告する機能、駐車時にハンドル操作を自動で行う機能も備えるが、先行車を追従するクルーズコントロールは残念ながら装備していない。

エンジンは1.2Lの3気筒ターボで110PSを発揮。低回転から力強いトルクを発生し、走行モードを「S」にすると、キュートな見た目からは信じられない速さを味わえる。

“SUVらしいキビキビとスポーティな走り”

コンパクトな車体と応答性の良いステアリングによって、走りはかなり軽快で楽しい。同社のWRC参戦マシンである「C3」と同じコンポーネントを持つクルマらしい走りだ。

“オフロードにも入って行きたくなる走破性”

前輪駆動ではあるが、オフロードでの走破性もかなりのもの。滑りやすい濡れた土の上でも不安を感じることなく走ることができた。よく動くサスも路面からの突き上げをうまくいなしてくれる。

その秘密は上級グレードに装備される「グリップコントロール」機構。ノーマルに加え「スノー」「マッド」「サンド」など路面に合わせて最適にグリップを調整してくれる。

下り坂でアクセルを操作しなくても一定速で走れる「ヒルディセントコントロール」機能も備える。30km/h以下の速度で下れるので、滑りやすい坂などでの安心感の高さは圧倒的だ。

ンドリングはワインディングでも楽しく、意のままに車体をコントロールできる。足回りは良く動きながらもしっかりとコシがあるので、SUVにありがちな不自然さが全くない。2輪駆動ながら駆動力を絶妙に配分する「グリップコントロール」機能により、オフロードでの走行性能も高く、滑りやすい泥の路面でも不安定となることはなかった。試しにこの機能をOFFにしてみたところ、やはりタイヤが滑る場面が多かったので、制御が適切に仕事をしているようだ。ほかのクルマとは少し違った個性を持ち、キビキビした走りを味わいながら、たまにはキャンプなどにも出かけたい。そんな人には最良の選択肢の1つだろう。

Reviewer

乗りモノライター
増谷茂樹

クルマを中心に乗りモノ関連の記事を各種媒体に執筆中。プライベートでは子どもを同乗させる機会も多く、車中泊も楽しんでいる。

Supporter's Items

世界一きれいな空気と暮らす

+

Blueair Sense+

64

世界64カ国で展開中
（2018年8月現在）

411

Blue Pure 411

Sweden

0.1マイクロメートルまでの
微粒子をHEPA Silent
テクノロジーが補足

205

Blueair Classic205

Air Viewによって360度ストリート・ビューで空気汚染状況をリアルタイム確認
http://airview.blueair.com

6カ月ごとに
フィルター交換

231
Blue Pure 231

680i
Blueair Classic 680i

405
Blueair Classic 405

世界の最新家電&NEWS

Latest Home appliance&Gadget in the world 2019

HISENSE

ELECTRONIC PAPER SMARTPHONE
MONOCHROME
FORM

SLEEP TECH

HEADGEAR

XPERIA 5

CINEMA SCOPE DISPLAY
COLOR VARIATIONS
ENTERTAINMENT MACHINE

SONY

WALKMAN
EARPHONE
HEADPHONE

SMART APPLIANCES

LINE-UP
5G
ASSIST

ガジェット2019

MOBILE

FEATURE PHONE
WEARABLE DEVICE

一年に一度、世界の最新家電がドイツはベルリンのメッセ・ベルリンに一堂に会するのがIFA（国際コンシューマ・エレクトロニクス展）。今回は３名の取材記者たちに、それぞれの立場から面白いと感じた最新家電&ガジェット情報をレポートしてもらった。

text by 山本 敦／阿部夏子／山根康宏

SEAMLESS

BEAUTY

SMART GADJET

IFA NEXT / DRUM SIMULATOR
WEARABLE BELT / FOOD CULTURE
SMART GARDENING
MEDITATION / AIR PURIFIER

物欲をとことん刺激された！

IFAでソニーが発表した新製品に期待

40年ぶりにカセットテープのウォークマンが復活!? 最強ノイズキャンセリングイヤホンにネックバンドタイプの新製品が発表されたりと熱い話題が盛りだくさんだった、世界のエレクトロニクスショー「IFA」に出展したソニーのブースをレポートしよう。この秋に日本にも上陸するかもしれない新製品情報をいち早くお届けする。

text by 山本 敦

Pick up

SONY

筆者は毎年、ドイツの首都ベルリンで開催されるコンシューマー・エレクトロニクスとホームアプライアンスの展示会・見本市「IFA」に取材のため足を運んでいる。エレクトロニクス業界の最新動向や、日本にいるだけではつかめない欧州のトレンドを目で見て、空気感も含めて体験するためでもあるが、目的はそれだけではない。

IFAにはエレクトロニクスの最先端をリードする数多くのブランドがブースを設けて、各社がその年の年末商戦に発売を予定する最新の製品を展示する。それらにいち早く触れてみたいという欲求が、筆者をベルリンに向かわせる。

IFAの出展社の中で、最も"オトコゴコロ"をくすぐる展示を見せてくれるブランドはソニーだ。ソニーは毎年IFAでオーディオ・ビジュアルとスマートフォンの最新商品を両手の指だけで数え切れないほど数多く発表する。今年もガジェット愛好家をわくわくとさせてくれる新しい製品と技術がベールを脱いだ。筆者が特に注目した「ソニー@IFA2019」のトピックスを振り返ってみたいと思う。

1：毎年9月にドイツ・ベルリンで開催される「IFA」はエレクトロニクスの最先端に触れられる世界最大規模のショーだ。2：IFA2019に出展したソニーのブースで見つけた、今年発売予定の大いに期待できる製品や新サービスを紹介しよう。

WALKMAN

カセットテープのウォークマンが復活!?

ソニーのポータブルオーディオプレーヤー“ウォークマン”はIFAの開催地であるドイツでも、若い音楽ファンの間で人気の高いアイテムだ。今年の秋には入門機に位置付けられる「Aシリーズ」が一新される。

本機について特に注目したい大事なポイントが2つある。ひとつはOSにスマホのXperiaと同じAndroidが採用され、Wi-Fiでインターネットにつなげられるウォークマンになることだ。アプリもGoogle Playストアから自由にダウンロードして追加できる。つまり、CDからPCに取り込んだり、音楽配信ストアで購入したデジタル音源だけでなく、SpotifyやAmazon Music、YouTubeなどオンラインストリーミング型の音楽コンテンツも“いい音”で楽しめるのだ。

もうひとつはウォークマンの純正音楽プレーヤーアプリであるW.Musicに「カセットテープスクリーンセーバー」という機能が搭載されることだ。アプリで音楽再生を始めてから機能をオンにすると、画面にカセットテープが回るビジュアルが再現され、インデックスには曲とアーティストの名前も表示される。レトロな雰囲気が漂ってきて、とてもいい感じだ。

実は今年2019年7月はウォークマンの初代機「TPS-L2」の発売から40周年のアニバーサリーである。これを記念して、最新のウォークマンAシリーズにも40周年ロゴをプリントして、専用ソフトケースが付属する限定モデルが発売されるのだ。

この専用ソフトケースのデザインがとても良くできている。先ほどのカセットテープスクリーンセーバーを起動してからカバーのフタを閉じると、なんとあの名機「TPS-L2」に早変わりするのだ! 小窓からカセットテープが回る様子も顔をのぞかせる。学生時代に好きな音楽をカセットテープに詰め込んで、ウォークマンで聴きまくっていた筆者と同年代の男子にはたまらないギミックだ。

新しいウォークマンAシリーズは日本でも発売を予定しているので、ウォークマンのファンならぜひとも手に入れたい。

日本での発売も楽しみなハイレゾ対応ウォークマンの新しいスタンダードモデル「NW-A100」シリーズ。

こちらもハイレゾ再生の機能を強化した新しいウォークマン「NW-ZX500」シリーズ。ともにAndroid OSを搭載した点に注目だ。

1

Limited Edition

2

3

4

1：限定販売を予定するウォークマンNW-A100シリーズをベースにした40周年アニバーサリーモデル。2：初代ウォークマンのビジュアルを再現したパッケージで登場。3：40年前に発売された初代ウォークマン「TPS-L2」の外観にそっくりなソフトケース。4：カセットテープスクリーンセーバーを表示しながら音楽を再生すると、まるでカセットテープウォークマンのようなレトロなビジュアルが楽しめる。

ウォークマンNW-A100シリーズとカラバリ展開を合わせたh.earシリーズのヘッドホン、イヤホンも秋に登場を控える。こちらも見逃せない。

EARPHONE

ワールドトラベラー必携!
高性能な首かけ
ノイズキャンセリングイヤホン

最近、ソニーのヘッドホン・イヤホンといえば音楽リスニング中に周囲の雑音をきれいに消してくれる「ノイズキャンセリング機能」を搭載していることでも話題を呼んでいる。中でも上位モデルの「1000X」シリーズは2016年に誕生後、毎年着実な進化を遂げてきた今のソニーの代名詞的な人気モデルだ。

その1000Xシリーズに昨年の秋に発売されたヘッドホン「WH-1000XM3」、今夏に追加された「WF-1000XM3」に続くネックバンドスタイルのワイヤレスイヤホンとして「WI-1000XM2」がIFAで発表された。筆者はこのソニーの高性能なノイズキャンセリング機能を搭載したニューフェイスに注目したいと思う。

ソニーの最先端のアクティブ・ノイズキャンセリング技術を採用したネックバンドタイプのワイヤレスイヤホン「WI-1000XM2」。

最近はアップルの「AirPods」に代表される、左右の本体がケーブルレスで独立したデザインの完全ワイヤレスイヤホンがとても注目されている。でも完全ワイヤレスイヤホンを使ったことがある方なら一度は経験していると思うが、音楽再生を中断するたびにイヤホンを手に持ったり、専用ケースに収納しなければならない煩わしさがこのスタイルにはつきまとう。満員電車の中で人にぶつかると、耳からイヤホンが落ちていないかハラハラとさせられる。

ネックバンドスタイルのイヤホンなら、音楽を聴いていない時も肩にかけたままでいられる。まさしく「究極のハンズフリー」を実現したイヤホンによるリスニングスタイルなのだ。そして満員電車の中でイヤホンが耳から外れても、床や地面に落下して見失ったり、故障する不安からも解放される。

筆者は以前に、1000Xシリーズのネックバンドタイプの現行モデルである「WI-1000X」を身に着けて飛行機で旅をしたことがある。ネックバンドタイプなので移動中はずっと肩にかけておけるし、機内が消灯した後でひと眠りしたい時にも「目覚めたらイヤホンが耳から取れて見当たらなくなっていた」という不安に苛まれることなく、気持ちよく熟睡できた。

新製品「WI-1000XM2」はさらに強力なノイズキャンセリング機能を搭載し、イヤホンの装着感も一段と改善された。付属のケーブルをつなぐと機内エンターテインメントにも接続して、航空ノイズが遮断されたとても静かな環境で映画の世界に没入できる。本体のケーブルがとても柔らかいので、付属するポーチにコンパクトに収納できる。世界を旅するビジネスマンには必携のアイテムだと思う。

カラーバリエーションはヘッドホンのWH-1000XM3と同じプラチナシルバー系とブラックの2色が揃う。

こちらはWI-1000XM2のブラック。

イヤホン部分にマグネットが内蔵されている。重ねるとペンダントのように吸着して、安定した状態で肩にかけておける。

専用ケースの中に有線接続用のケーブルや交換イヤーピースと一緒にコンパクトにまとめて携帯できる。

HEADPHONE

ふつうのスマホとヘッドホンで楽しめる「リアルな立体サラウンド」

「360 Reality Audio」は、いまソニーが開発を進めている新感覚の音楽エンターテインメントだ。音楽ライブや映画に収録されている楽器の音、効果音が上下左右に移動したり、動きに伴う音量の変化も合わせてデータに記録した「オブジェクトオーディオ」を、360度周囲に広がる音響空間内に再現することにより、一段とリアルな音楽体験を得ることを目的とした技術である。

ソニーは360 Reality Audioに対応する音源を製作するためのプロフェッショナル向けのツールを開発して、現在音楽レーベルやコンテンツの配信事業者とともにサービスインに向けた整備を進めている。

360 Reality Audioは特別なオーディオ機器を必要とせずに楽しめる。音源だけは専用のものが必要で、当初はパッケージソフトではなく音楽ストリーミングサービスに組み込まれる予定だ。あとはふつうのスマホとヘッドホン・イヤホンが手元にあれば、迫力あふれるサラウンド体験が味わえる。サービスの本格導入時期についてはIFAの時点でまだ明らかにされなかったが、既に完成度の高い試聴デモンストレーションを会場で体験した筆者は、私たちがそう遠くない時期に360 Reality Audioを心ゆくまで楽しめる日がやってくるだろうという確信を得た。

先ほど360 Reality Audioを楽しむために特別なオーディオ機器は不要と伝えたが、実はソニーのヘッドホン・イヤホンのユーザーならベターな経験が得られる。自分の耳の写真をスマホで撮影して、ソニーの専用アプリを使ってサーバーに送ると、サラウンド効果をユーザーの耳に調整・最適化したデータがダウンロードできる。つまり一段と高品位なサラウンド体験が味わえるようになるのだ。ソニーのヘッドホン・イヤホンは人気の1000Xシリーズも含む幅広い製品が対応することになりそうだ。

360度の臨場感あふれるサウンドを普通のスマホとヘッドホン・イヤホンの組み合わせで気軽に楽しめる「360 Reality Audio」もソニーの新しい音楽サービスとして開発が進められている。

専用アプリでユーザーの耳の形を写真に撮ってクラウドに送信。ソニーのヘッドホン・イヤホンのユーザーなら一段とリアルな360度サウンドが体験できる。

会場でデモンストレーション用の音源を体験した筆者。迫力満点のサウンドに圧倒された。

2019年の後半戦もソニーから目が離せない

オーディオ系製品のほかにも、IFAのブースにはヨーロッパで6月から発売された8Kテレビも展示されていた。日本では昨年12月からNHKが8K放送をスタートしているが、ヨーロッパにはまだ8Kネイティブの映像コンテンツがない。ではなぜ発売が決まったのかというと、ソニーの8K液晶ブラビア「Z9G」シリーズには、映像の画質を保ったまま8Kの画素数に変換する高性能なアップスケーリング機能が搭載されているため、日常楽しむブルーレイやテレビ放送も高画質な映像で楽しめるからだ。

海外よりも先に8K放送が始まっているのに、なぜ日本ではまだZ9Gシリーズが発売されていないのだろうか。その理由は98型に85型という超大型な画面サイズを日本人のライフスタイルにうまくフィットさせるための切り口をうかがっているからだろう。筆者はIFAを含めてこれまでに何度かZ9Gの圧倒的な高画質を体験してきたが、ぜひ良い形で日本市場に導入されてほしいと願っている。

今回ソニーが海外で発表した新たな商品・サービスが日本にやってくる日を心待ちにしながら、これからもその動向に注目したいと思う。

ヨーロッパでは6月に発売された8K対応の液晶ブラビア「Z9G」シリーズ。日本はいつ、どのような形で登場するのか楽しみだ。

大勢の来場者で賑わうボッシュのブース。ホームアプライアンス系メーカーのブースはジャーナリストとバイヤーのほか、一般のファミリー来場者も多く訪れる。

欧州では普及目前!

スマート家電がいよいよ普通になる

インターネットにつながって日常生活に様々な豊かさを実感させてくれる「スマート家電」は日本よりも欧米の方が進化していると言われてきた。特に欧州ではボッシュやシーメンスをはじめとするエレクトロニクス業界をリードするトップブランドが数年前からスマート家電に本格的に力を入れはじめて、今年は蒔いた種が大きな花を咲かせようとしていた。

text by 山本 敦

LINE-UP

スタンダードモデルにも広がるスマート家電のラインナップ

「IFA」は最先端のスマート家電が集まる見本市・展示会としても注目されている。筆者はインターネットにつながることで新たな価値をつくるスマート家電の、ヨーロッパにおける最新事情をIFAで取材してきた。日欧の間でスマート家電の今後の普及に向けた基礎体力の差がまた一段と開いてしまったことを目の当たりにして、焦りを感じずにはいられなかった。

「冷蔵庫や洗濯機がインターネット

SMART APPL

シーメンスのレンジフード。こちらもWI-FIでホームネットワークにつながるスマート家電だ。

につながったところで何が便利になるのだろうか? そもそも必要があるのか」という議論を、筆者もこれまで周りの人たちと幾度となく繰り返してきた。その議論の行く先はいつも「結局、試してみないとわからないよね」という方へ向かうことが多い。スマート家電もキャッシュレス決済や音楽・映画配信サービスのように、スマホにアプリを入れて「お試し」できる感覚で、例えば一般のコンシューマーも最初に借りて試してから、気に入れば月額固定料金を支払って長期レンタルできる仕組みがあれば良いと思う。

話題をIFAに戻そう。今年はスマート家電を展開するメーカーと商品の数がまた増えていた。大手のボッシュやシーメンス、ミーレといったドイツのコンシューマーに人気の高いブランドのブースに足を運び、スタッフにラインナップの概略を聞いてみると、各社ともにプレミアムクラスだけでなく、スタンダードクラスの製品まで"スマート化"がほぼ完了しているという答えが返ってきた。つまり、ヨーロッパではこれからコンシューマーが洗濯機や冷蔵庫を買い替えてみたらスマート家電だったということが普通になるはずだ。

ヨーロッパの家電ブランドは、スマート家電の良し悪しをコンシューマーに判断してもらうために、まず広い商品カテゴリや価格帯にまたがって家電をスマート化することに腐心してきた。筆者が記憶する限り、IFA2015の頃から会場にスマート家電のコンセプトモデルが立ち並ぶようになり、一昨年頃から各社のプレミアムモデルがスマート家電として商品化されるようになった。以降もスマート家電のラインナップを拡充する戦略を粘り強く推し進めてきた各社の道のりは平坦なものではなかったはずだ。今年のIFAでは一般来場者がスマート家電に関する説明を展示スタッフから熱心に聞く姿をそこかしこで見かけた。

ボッシュが発表した2019年のスマート家電の新製品。左の洗濯専用機で洗濯から乾燥までのプログラムを一括入力すると、自動的にコース設定を引き継いでくれる「Intelligent Dry」機能を搭載。洗濯から乾燥まで効率よく家事ができる。

Pick up

LIANCES

5G

5Gがスマート家電の普及をあと押しする

ヨーロッパではイギリスやドイツ、スイスにイタリアなどの国々で次世代高速通信の5Gに対応するサービスが始まりつつある。5Gネットワークがスマート家電の普及を押ししそうなムードも漂いはじめた。

ドイツではIFAの開催に合わせて通信事業社の最大手であるT-モバイルがベルリン・ミュンヘン・ケルン・ボン・ダルムシュタッドの5都市で、家庭向けの5G通信サービスを年末までに提供することを発表した。

5G通信サービスのメリットについては「高速・大容量」「低遅延」の方に関心の目が向きがちだが、実はスマート家電やセンサー系のIoTデバイスも含めて、身の回りにある様々な電子機器がインターネットに「多数同時接続」ができるようになることにも注目すべきだと筆者は考えている。今は家庭のWi-Fiルーターに接続する手間が掛かるスマート家電も、5Gの時代に通信キャパシティが拡大する恩恵を受けて、家電単体でネットワークにつなげられるようになり、面倒な設定を行わなくても「置いて電源を入れるだけ」で様々なスマート機能が使えるようになるかもしれない。

実はドイツのT-モバイルは昨年から既にスマート家電普及のための施策をスタートしている。同社は「Magenta(マゼンタ)」というネットワークサービスの新ブランドを立ち上げて、今年のIFAでもまた大々的にアピールしていた。Magentaにはスマートホーム向けのサービスもある。T-モバイルの回線契約と99ユーロ(約12,000円)で2個のドア開閉センサーとセットで販売されているスマートハブを購入すれば、毎月4.95ユーロ(約590円)の利用料金を支払えば、スマートホーム専用のインターネット回線を自宅に敷くことができる。さらに自社開発のAIアシスタント「Magenta」を搭載するスマートスピーカーも149ユーロ(約17,000円)で商品化している。

もうひとつの欧州の大手通信事業社であるボーダフォンは、昨年のIFAでサムスン電子とのパートナーシップによるスマートホームのパッケージ展開「V-HOME」を紹介していた。だが今年サムスンのブースに展示が見当たらなかったため、スタッフに聞いてみたところ、残念ながらパートナー展開が終了しているという説明だった。

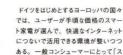
ボーダフォンは昨年の秋からパナソニックと共同でLPWA(省電力広域ネットワーク)の技術を活用したスマート家電向けサービスの開発をヨーロッパでスタートさせている。このことと関係しているのかもしれない。そして来年のIFA2020にはボーダフォンとパナソニックによる具体的な取り組みの成果が発表されることを期待したい。

ドイツの最大手通信事業者、T-モバイルもIFAに毎年出展する常連。今年のブースは5G一色に染まっていた。

9月からプレサービスをドイツの5つの都市で順次スタートさせる。5G時代の新しいエンターテインメントの形として高速動画ダウンロードやゲーム、VR/AR体験などを事例としてIFAで紹介してみせた。

1:T-モバイルが独自に開発したAIアシスタント搭載スピーカー「Magenta」はシーメンスのスマート家電の音声コントロールなどに対応している。シーメンスのブースでデモを体験できた。
2:今年は残念ながらサムスンとボーダフォンによるスマート家電の共同プロモーションは終了していたが、スマート家電のラインナップは増えていた。だが詳しい説明を聞くと欧州ではまだ発売の予定もないものが含まれている。

SERVICE

スマート家電を便利に使える「サービス」も芽吹いている

ドイツをはじめとするヨーロッパの国々では、ユーザーが手頃な価格のスマート家電が選んで、快適なインターネットにつないで活用できる環境が整いつつある。一般コンシューマーにとって「スマート家電のインフラ」が整備されたら、次に関心の目が向くのは「サービス」だ。来年のIFAでは各社が熱心に「スマート家電向けのサービス提案」を提案してきそうだ。

今年のIFAでは大手各社による前哨戦がもう始まっていた。ボッシュとシーメンスが推進するスマート家電のプラットフォーム「Home Connect」のモバイルアプリは、年末までにユーザーインターフェースの大幅改善と、Kitchen Storiesなどコンテンツベンダーによる料理レシピの大量投入など強化を図る。会場にはプロトタイプによるデモンストレーションが紹介されていた。

1：モバイルアプリによるスマート家電の操作機能だけではなく、料理レシピの配信など年末からコンテンツ強化も図られる予定だ。2：Home Connectに参画するハードウェアやソフトウェアのベンダーも年々拡大している。

ミーレは2020年の春までに、同社のキッチン向けスマート家電と連携する調理アシストサービス「Cook Assist」の機能をさらに強化する。現在もアマゾンのAIアシスタントであるAlexaとスマート家電の連携を整えているが、ブースではディスプレイ付スマートスピーカーの「Echo Show」シリーズの画面に選んだレシピの調理進行を表示しながら調理方法のガイドをしてもらえる機能が完成間近を迎えていた。ナビゲーションと連動してAIアシスタントがIHクッキングヒーターやオーブンのタイマーを自動でセットしてくれる。キッチンに立つユーザーの負担がリアルに軽減されそうだ。

高性能なプロセッサを持つスマートフォンと連携すれば、現在のスマート家電に高度なAIによるディープラーニング機能を取り込めることを照明したブランドもあった。2019年の1月から中国の大手家電メーカーのハイアールの傘下に加わったイタリアの家電メーカー、キャンディである。

同社のスマート洗濯機は、無造作に置かれている洗濯ものの写真を撮影して、専用アプリ「simply-Fi」に統合されているクラウド連携型の画像解析エンジンで解析をかけると、洗濯物の色や素材を瞬時に識別して自動で最適な洗濯・乾燥コースを設定してくれる機能を備えている。この機能が既に洗濯機のトップエンドからエントリーモデルにまで幅広く展開されている所に注目したい。そしてキャンディから発売されている12種類のスマート家電がsimply-Fiアプリによる統合管理・コントロールに対応しているというから驚きだ。

イタリアの家電メーカー、Candy（キャンディ）のスマート機能を搭載する洗濯機。独自の「Simply-Fi」アプリの完成度が秀逸だった。

スマホのカメラで洗濯物を撮影してSimply-Fiアプリのクラウドに送る。AIが洗濯物の種類（タオル、Tシャツなど）と素材や色を素速く自動で判別して、最適な洗濯コースを洗濯機にプログラミングしてくれる。

ミーレのキッチン向けスマート家電と連携する調理アシストサービス「Cook Assist」のデモンストレーションも終始ひとだかりが絶えない注目度の高い展示だった。

LGはスマート家電専用の高性能SoCをクアルコムと一緒に開発することを発表した。

ASSIST

高性能なAIエンジンを載せた「アシスト家電」に活路あり

AI(人工知能)やディープラーニングによる学習・解析技術をスマート家電に積極的に取り込もうとする動きは数年前からIFAに出展する各社のブースで見つけることができた。今年はいよいよスマートフォンやクラウドの力を借りずに、スマート家電単体でこれを実現することを宣言したメーカーがあった。LGエレクトロニクスである。

同社は5Gスマホの開発で密接に連携するアメリカの半導体メーカー、クアルコムと組んでスマート家電専用の高性能なSoC(様々な機能をシステム化した統合ICチップ)の開発に乗り出した。

本来、白物家電はPCやAV機器に比べると商品のライフサイクルが長く、ユーザーの買い替えペースも緩やかであるため、大規模な開発資源を投じてまで専用のICチップを開発して、これをビルトインするという判断には色んなリスクが伴う。そこでLGがIFAのカンファレンスで行った提案は、高性能なAIエンジンを載せた「アシスト家電」を後付けして、スマート家電のパフォーマンス向上を図るというものだった。

LGエレクトロニクスがプレス向けに開催したカンファレンスでは、日本でも発売されているスチームウォッシュ&ドライホームクリーニング機のLG Stylerに後付けできる「VISION PACK」というコンセプトがお披露目された。LG Stylerのキャビネットの中にこれを装着すると、VISION PACKが搭載する各種センサーが衣類の種類や色を読み取り、デバイスに内蔵されているAIエンジンが最適なクリーニング方法を瞬時に解析、LG Stylerのモードを自動設定してくれる。

スマート家電に求められる機能やライフスタイルのトレンドが今はまだ確定していないのであれば、将来の機能拡張性にも柔軟に対応できるモジュール構成にしておけばいい。高性能なSoCを内蔵するVISION PACKのようなアシスト家電を「後付け」するというアイデアは理にかなっていると思うし、メーカーにとって開発コストの負担を軽減できるメリットも生まれる。またクラウドに頼らないことによってユーザーのプライバシーがより安全に管理できるだろうし、インターネット接続にかかる通信の負担を軽減できる意味も大きい。

ヨーロッパと日本、どちらも現在の状況を表層だけ見ればスマート家電の周知はそれほど進んでいないと見ることもできるだろう。だが、多くの一般コンシューマーがそれを気軽に買って試せる環境が整ったことのアドバンテージは、今後大きな差として顕在化していくのではないだろうか。来年に世界の先進国で次々に5Gの商用サービスがスタートした後、魅力的なスマート家電によるライフスタイルを提案できる"勝者"は誰になるのか。日本国内の家電メーカーの奮闘を祈りたい。

1：日本でも発売されているスチームウォッシュ&ドライホームクリーニング機のLG StylerにVISION PACKを後付けできる。2：衣類の素材や色合いを自動判別してLG Stylerのコース選択をアシストしてくれる。

LGエレクトロニクスがプレスカンファレンスで紹介した、家電をアシストするAI対応デバイスの「VISION PACK」。

ヨーロッパ人が考えた

「遊べる&使える」スマートガジェット

9月にドイツ・ベルリンで開催されたエレクトロニクスのイベント「IFA」にはヨーロッパのベンチャー、スタートアップ企業が数多く集まるIFA NEXTという特別展示がある。筆者はここに出展される遊び心いっぱいの、そして実用性満点のスマートガジェットを取材できることが毎年とても楽しみなのだ。

text by 山本 敦

Pick up

SMART GADJET

IFA NEXT

今最も熱いエリア「IFA NEXT」は遊び心いっぱい

世界最大級のコンシューマーエレクトロニクスとホームアプライアンスの展示会・見本市「IFA」に、3年前の2017年に欧州を中心とした世界のスタートアップやベンチャー企業が集まる特設エリア「IFA NEXT」がオープンした。

IFAには毎年、世界の名だたるエレクトロニクスのブランドがブースを出し

エレクトロニクスショー「IFA」に3年前から加わったスタートアップの祭典「IFA NEXT」。

て、年末商戦の主力になる新しい製品やサービスを一堂に出展する。そのためIFA NEXTには世界のスタートアップやベンチャーが手がけたハードウェアも多く集まるのが特徴だ。

しかも、出展する各社が製品やサービスの試作品、またはモックアップ(模型)を展示するので、それらに触れながら、彼らが形にしようとしているアイデアを具体的に見て・触れることもできる。その評判を聞きつけて、近年は世界各国のトレードビジターもIFA NEXTに多く訪れて熱い商談を繰り広げているのだ。

欧州スタートアップがIFA NEXTに展示する製品の中には、遊び心に富んでいるものが数多くある。IFA2019に出展した欧州のスタートアップ、ベンチャーの個性豊かな展示をピックアップしながら、熱気あふれるIFA NEXTの模様を振り返ってみたいと思う。

DRUM SIMULATOR

まるで本物のドラムを叩いているようなシミュレーター

フランスのRedisonが開発した「Senstroke」は電子ドラムセットのシミュレーター。ドラムスティックや足の先に加速度センサーを搭載した小さなデバイスを装着して、スティックや足先を動かすと、デバイスの動きに合わせてペアリングしたスマホからシンバルやバスドラムの軽やかな音色が聞こえてくる。

会場でデモンストレーションを体験させてもらったが、スティックや体の動きに対する音の遅延がほとんどなく、まるでホンモノのドラムセットを打ち鳴らしているような爽快な気分を味わった。

同社のスタッフは楽器の練習用、またはエンターテインメントとして楽しむために本機を商品化したと語っていた。フランスでは楽器店やオンラインショップで220ユーロ(約26,000円)で販売されている。今年初めてIFA NEXTに出展したところ、日本を含む世界各国のトレードビジターから多くの引き合いがあったそうだ。筆者もこれが今年のIFA NEXTで見つけた展示の中で、最も日本に上陸してほしい製品のひとつだ。

1:ドラムスのスティックにセンサーを装着する。2:アプリでドラムスセットの音色をセットアップする。

たたく場所はどこでも良いのだが、周囲の迷惑になったり、家具を傷つけないよう厚手のゴムパッドなどを用意するとよい。

WEARABLE BELT

映画や音楽を"振動"で楽しむウェアラブルベルト

IFA NEXTの会場で強烈なインパクトを放っていた製品がもうひとつある。ベルリンで2018年に起業したばかりという若いスタートアップの「Feelbelt」というウェアラブルデバイスのコンセプトモデルだ。

こちらは見た目にもかなりサイバーでパンクなガジェットだ。何をするものかというと、本体をBluetooth経由でスマホにペアリングしてから音楽や映画を再生する、音に合わせてベルトが振動するという「体で音を感じるベルト」である。まずは体験してみないとその良さがわからないだろうと思い、筆者も腹部に

腰に装着しているアイテムがFeelbelt。Bluetoothでペアリングしたスマホで映画や音楽を再生するとベルトが激しくバイブする。

試作機を巻き付けて試させてもらった。Spotifyでディープ・パープルの「Smoke on the Water」を再生してみたところ、冒頭の有名なギターのリフにFeelbeltが反応してビリビリを振動が体の芯を突いてくる。これは想像していた以上に刺激的だ。

でも、さすがにこの激しい振動を体に注入しながら、映画を1本終わりまで見続けるのはつらそうだ。同社のスタッフへ率直に感想を伝えたところ、このFeelbeltをエンターテインメント用途にだけでなく、例えば聴覚支援やヘルスケアの分野にも応用できそうな道筋が、IFA NEXTに出展したことがきっかけで見えてきたと嬉しそうに語っていた。まわりの評価を踏まえて、またブラッシュアップした後にどんな形で商品化されるのか楽しみだ。

パンクなデザインのベルト。重さもそれなりにあった。

FOOD CULTURE

スマートの定義は欧州の食文化とも密接につながっている

IFAがホームアプライアンスの展示会でもあることから、IFA NEXTにも欧州の台所に縁のあるスタートアップのユニークなアイテムが並んでいる。

イタリアのトスカーナ州は上質なワインの産地としても世界に広く知られている。そのトスカーナに生まれたスタートアップのnexmaが開発した「Albicchiere」は、いつもワインをベストなコンディションに保ちながら、グラスに1杯単位でサーブできるスマート・ワイン・ディスペンサーだ。

本体は冷却素子にペルチェを使ったワインクーラーになっている。専用の紙パックで提供されるワインの銘柄をスマホアプリを経由してディスペンサーに読み込ませると、タンク内の残量にも合わせながらワインをベストコンディションにキープしてくれる。

筆者もワインは嫌いではないのでもう少し日頃から飲み比べもしてみたいのだが、アルコールに弱いのでボトルを1本空けて一晩の間に飲み干せない。だから滅多にワインを買えずにいる。Albicchiereのようなスマートな家電があればワインの魅力をより深く知ることができそうだ。

イタリアのスタートアップが開発した、ワインの質を劣化させることなく、長く一杯ずつ楽しめるディスペンサー「Albicchiere」。

ワインの種類に合わせて最適な管理温度などをクラウドのデータベースで調べて簡単に設定できる。

SMART GARDENING

個人の自給自足を即すスマートガーデニングキット

種を植えたカートリッジは肥料と一体になっている。まるごと交換すれば様々な植物が育てられる。

フランスのVeritable Potagerが開発した「Veritable」は、家庭でミニ野菜やハーブを簡単に育てられるコンパクトなガーデニングキット。自分が必要なぶんだけ食料を自給自足しようというコンセプトから生まれたという。欧州で再びブームが巻き起こるエコロジーをメインテーマに掲げたスマートデバイスだ。

ミニ野菜やハーブの種は、肥料も一体になった状態でココナツ殻の繊維から作られたという専用カートリッジになった状態で販売されている。このカートリッジを本体にセットして、底面のタンクに水を貯めておく。あとは植物の生育を促すLEDライトを照射するだけで、1カ月ほどで収穫が楽しめる。専用アプリからはLEDライトをコントロールしたり、植物の収穫期の確認もできる。

収穫できる食品は微量だし、趣味の家庭菜園の領域を抜けていないと、本機のアイデアを笑い飛ばすこともできるだろう。だが、一方でこのまま世界の人口が増え続ければ、やがて肉やコーヒーなどの嗜好品から食料の入手が難しくなる時代はすぐそこまで来ているとも言われている。今から一人ひとりの食生活を見直そうというメッセージがこのVeritableの開発者の真意なのだとすれば、エレクトロニクスのチカラで社会の意識を変えていくことができる、とても意義深い挑戦だと思う。

フランスのスタートアップが開発した水耕栽培キット「Veritable」。

MEDITATION

心を穏やかに整える メディテーション（瞑想）用 スマートグラス

メディテーションのためのスマートグラス「Luminette」。

ベルギーのLucimedはスマートグラス「Luminette（リュミネット）」を展示していた。スマートグラスといえば情報ディスプレイとしての用途を想定しがちだが、こちらは「光」を浴びて心を整えることを目的とした「メディテーション＝瞑想」のためのガジェットだ。

毎日、20～45分間装着して光を浴びて過ごせば、効果は4・5日後から表れる。期待できる効果としては睡眠サイクルや不眠症の改善、飛行機の旅による時差ボケ解消、そして夏場以外の日照時間が短い北欧州に暮らす人々の共通の悩みである「冬の季節性うつ」を防ぐことだという。筆者も会場で試させてもらった。光を直視するわけではないので、寝る前に本を読みながら、体操をしながらでも心地よく使えそう。メガネの上からでも違和感なくかけられるのもいい。スマホアプリから使用履歴と期待できる効果のレクチャーなどの情報も確認できる。

本機は同社のお膝元であるベルギーで医療機関にも安全性を認められている。2016年に最初のモデルを発売してから改良を重ねて、既に3世代目になる製品だ。欧米では生活のストレスを貯めずに、心を健康に保つためのマインドフルネス瞑想がとても注目されており、その波は日本にも少しずつ押し寄せている。筆者も本機を体験してみて、少ない時間でもクオリティの高い睡眠を確保して健康になれそうな期待がわいた。価格は199ユーロ（約23,000円）で販売されている。日本にもぜひ入ってきてほしい。

1：寝る前などに光を浴びて心のコンディションを整える。2：めがねの上にも装着できるので実用性が高い。

AIR PURIFIER

1：リサイクルプラスチック製の鉢を開くと中から水をためるタンクと、交換可能な光触媒フィルターが顔をのぞかせる。2：アプリから部屋の空気のクオリティをチェックしたり、本体の運転モードの切り替えなど操作ができる。

会場でひときわ異彩を放つ『Natede（ナテイデ）』

最後にIFA NEXTの会場でひときわ異彩を放っていた製品を紹介しよう。イタリアのスタートアップ、VITESYが開発した「Natede（ナテイデ）」だ。外観はただの植木鉢と観葉植物のように見えるが、実は人が日常生活のほぼ9割を過ごすといわれている室内環境の空気を磨くために開発された空気清浄機だ。価格は495ユーロ（約58,000円）。ヨーロッパでは11月から量産販売が始まる予定。

欧州は世界の中でも空気がきれいな地域という印象もあるが、個人の生活者のあいだでも人の健康や環境に悪影響をもたらす大気中の微粒子、アレルギー物質を空気清浄機を活用して除去することへの一般的な関心は高まっている。Natedeは「生活空間に溶け込むデザインを意識した製品」であると同社のスタッフが語っている通り、ファンやボタンの類いが目立たないルックスが興味深い。植えられているのは本物の観葉植物のサンセベリアだ。

空気を吸い込むファンは本体上部の植物が植えられている側に搭載されていて、ボトム側のスリットから排気する。筐体内部には光触媒フィルターが搭載されていて、空気中のバクテリアやアレルギー物質、微小粒子状物質のPM2.5を除去する。同社のスタッフによると「1台で最大36平米の部屋の空気を約3時間でキレイにしてくれる」そうだ。

鉢の正面側にはハンドジェスチャーに反応するセンサーが内蔵されていて、手をかざすと電源のオン・オフが切り替わる。専用のスマホアプリ「IAQ」をBluetoothでペアリングして使うと、ファンの吸引力を4段階からスイッチしたり、部屋の空気のコンディションをグラフにして可視化もできる。Wi-Fi機能も内蔵されているので、近くホームネットワーク内にあるスマートスピーカーから音声で操作することもできるようになりそうだ。

プロダクトデザインについてはミニマリズムを徹底的に追求したものから、Natedeのようにユースケースを真剣に考えつつも、どこか遊び心が垣間見える突飛なものまでひっくるめて、多様であることに寛容なところがヨーロピアンテイストの神髄と言えるのではないだろうか。

イタリアのスタートアップが開発した植木鉢のようなデザインの空気清浄機「Natede」。

LAST WORD

今回取材したIFA NEXTの出展者たちは「ハードウェアを作って売る」という、スタートアップやベンチャー企業にとって最大の難関に立ち向かっている。でもその表情に疲れの跡はなく、むしろ目を輝かせながらモノヅクリに前のめりになっている姿勢には好感が持てた。欧州にはスタートアップの支援に力を入れている国や地方の行政機関がある。メッセ・ベルリンの関係者に訊ねると、今年のIFA NEXTも展示エリアに対する申し込み数が早々とオーバーブッキングになってしまったため、早々に応募を締め切らざるを得なかったのだという。ますます勢いづく欧州のスタートアップ、ベンチャーの活躍を来年のIFA NEXTが開催されるまでの間も可能な限り注目していきたいと思う。

Pick up

SEAMLESS

Latest Home appliance&Gadget in the world 2019

NEWS

スマホ操作から「シームレス」へ。

“つながる家電”は今後どう進化する？

インターネットと家電をコネクトすることでより便利で快適な生活を送ろうという提案は、ここ数年注目を集め続けているトピックですが、「IFA2019」ではより具体的で、リアリティのある展示が多かったように感じます。ここではその内容を詳しくリポートします。

text by 阿部夏子

BEAUTY

おせっかいではなく“察する”美容家電

パナソニックのブースでは毎年、3～5年先、少し先の未来を示唆するような展示を行っていますが、2019年は「美容家電」を取り上げました。テーマは「察する」ということ。人の願望を人がコントロールすることなく、製品が叶えてくれる未来の美容家電を提案しました。

「BALANCE OF BEING」と題された展示では、人が立っているだけで様々なデータをスキャンする様子をプロジェクターで再現。肌や頭髪、健康状態など様々なデータをスキャンし、そのデータを製品と共有します。展示では、身体の外側をケアする「アウタービューティー」のコンセプトモデルを４つ、内側をケアする「インナービューティー」のモデルが２つ用意されました。

ネックホルダーのような「TONE：ネックケア」は首に装着すると、その人の肌の状態にあわせてスチームや、赤色LEDが照射されます。自身でのコント

ベッドのヘッドボードに装着することで、寝ながら美肌ケアができるスリープケアの製品。

首に装着して使う「TONE：ネックケア」。その人の肌の状態にあわせてスチームや、赤色LEDが照射される。

ロールは一切不要で、機器側が最適な調整を自動してくれます。

頭皮の状態を把握して、発毛や育毛を促進するヘッドケアの製品、寝ながら美肌ケアができるスリープケアの製品なども用意されていましたが、いずれの製品も自分で何かを操作する必要はありません。

個人の身体の状態に合わせた最適な飲み物や食事を提案する「インナービューティ」のソリューションとしては、体調に合わせたスムージーが簡単に作れる「SHOT：ニュートリションケア」と、必要な栄養素を食材から効果的に引き出す「LIFT:フードケア」が提案されていました。

「従来のIoT家電とは一味違う、日本人らしい心を意識しました。IoTやロボティックスという先端技術を駆使しながら、おせっかいではなく、その人の状態を「察する」ということに注力しました。日本人らしい先読みする心、心配りというものを表現して行くことで、海外メーカーとは違う差別化したサービスを展開して行きたいと思います」（パナソニックアプライアンス社　技術本部副本部長の本橋良氏）

今回展示されていた製品の特徴は「シームレス」に使えるということ。それは、立っているだけで、様々な情報を収集するという展示ブースの冒頭から表現されています。ユーザーが機器に乗ったり、設定することなく、様々なデータをスキャンし、そのデータを適切に解析、処理することで、各個人に合わせた設定などを一切不要としました。

1：体調に合わせて最適なスムージーが作れる「SHOT：ニュートリションケア」。2：パナソニックアプライアンス社　技術本部　副本部長の本橋良氏。3：立っているだけで、様々なデータがスキャンできるというデモからスタート。小さな丸い光、ひとつひとつが様々なデータというイメージ。

スマートフォンで操作できることをウリにした家電はまだまだ多い。

コネクティッドのトレンドは操作しない!?

少し前までは、インターネットと機器がつながることの利点の1つとして、スマートフォンからの遠隔操作や、スマートスピーカーでの操作を挙げるメーカーが多かったですが、現在のトレンドはそれとは逆。いかに操作せずに使えるか、というところにフォーカスしているメーカーが多いと感じました。

その流れは、ドイツの大手家電メーカー「ミーレ」の展示にも。ミーレは住宅設備に組み込んで使うビルトインタイプの家電を中心とした高級家電メーカーですが、今年の目玉は「洗剤の自動投入機能」を搭載した食器洗い機です。

ディスク型の専用洗剤を本体にセットすると、食器量や汚れに応じて、洗剤量を調整、最適な量が自動で庫内に投入されます。

同様の機能は、パナソニックや日立、東芝の最新洗濯機にも搭載されていますが、食器洗い機ではこれまでありませんでした。

洗剤の選択や計量、詰め替え、買い置きなど、最新の家電を使っていたとしても、人間が頭や手を動かすことはまだまだたくさんあります。そのような「見えない家事」をどこまでシームレスにスムーズにできるのかが、今後のスマート家電の方向性の1つになるかもしれません。

1：洗剤自動投入機能を搭載したビルトインタイプの食器洗い機。2：ディスク型の専用洗剤を本体にセットすると食器の量や汚れに応じた量が自動で投入される。

ショートスリーパーに朗報！

使うだけで"眠りの質"が上がる最新ギアって？

ヨーロッパの大手家電メーカー「フィリップス」は、医療機器なども多く扱っていることもあり、数年前からヘルスケア製品に注力しています。IFA2019で行われた同社のプレスカンファレンスで、最も注目しているトピックの1つとして紹介されたのが、「睡眠」です。

text by 阿部夏子

BAND

夫婦喧嘩が減るかも!
つけるだけでいびきが軽減するバンド

1日24時間のうち、多くの時間を割き、暮らしの質を左右することにもなる睡眠。フィリップスのブースでは、睡眠を改良するための2つの製品が展示されていました。

まず1つ目は、就寝中のいびきを軽減させるという「Smart Sleep Snoring Relief Band（スマートスリープ スノーリング リリーフバンド）」という製品です。同社によると男性の約40％、女性の約25％がいびきをかいていて、パートナーのいびきに悩んでいる人も少なくないと言います。

しかし、このバンドを胴体に巻いて寝ることで、いびきを軽減できるそう。この製品は、いびきをかきにくい身体の位置や動きを検知し、寝ている人を起こすことなく、いびきを軽減させます。フィリップスでは、膨大な実験によりいびきのメカニズムを研究、ユーザーの86％がいびきを軽減できたそうです。

医療機器とは異なり装着も簡単で、比較的違和感も少ないので、すぐに導入できるのが魅力。日本で展開するかどうかは現時点では未定です。

1：洗剤自動投入機能を搭載したビルトインタイプの食器洗い機。2：ディスク型の専用洗剤を本体にセットすると食器の量や汚れに応じた量が自動で投入される。

Pick up

SLEEP TECH

HEADGEAR

つけるだけで睡眠の質が上がる!? 最新睡眠ヘッドギアとは?

就寝時に頭に被って使う「Smart Sleep Deep Sleep Headband(スマートスリープディープスリープヘッドバンド)」。

もう1つは就寝時に頭に被って使う「Smart Sleep Deep Sleep Headband(スマートスリープディープスリープヘッドバンド)」です。これは仕事や育児などで時間に追われ、十分な睡眠時間を取れないという大人向けに開発されたもので、頭に装着して眠るだけで、質の高い睡眠が得られると言います。

ヘッドバンドの内側、人の額に当たる部分には脳波を測定するセンサーがついており、就寝中の脳波の様子をリアルタイムで測定します。センサーが深層睡眠時に発生するスローウェーブという脳波を検知すると、本体からソフトトーンを発生させます。このソフトトーンにより、スローウェーブ脳波の活動を活性化し、より質の高い睡眠を得ることができるそう。

仕組みを聞くと、かなり専門的な印象を受けますが、それもそのはず。製品の開発は大学などの専門機関と連携し、約10年もの歳月をかけたといいます。開発に関わったフィリップスの睡眠呼吸器ケア担当医師 Dr. David Whiteに話を聞きました。

「人が深い睡眠状態にあるときに発生するスローウェーブの活動は、認知機能や集中力に大きく影響します。このヘッドバンドでは、それを活性化させるトーンを発生させることで、睡眠の質を向上させます。スローウェーブを活性化させることによって、実際に記憶力や実行機能、リアクション時間が向上させることがわかっています。

この製品のターゲットは、多忙で睡眠が十分に取れない人です。例えば、1日の睡眠時間が6時間以下というような人を想定しています。不眠症や睡眠時無呼吸などいわゆる、睡眠障害がある人は対象外になります」

薬を使わずに睡眠を改善できるという画期的なプロダクトだけに、製品化するまでには、入念なテストを何度も繰り返しました。開発初期段階から含めるとその対象人数は数百人に及びます。

「一部のユーザーは、最初の夜に早くもメリットを感じると話しており、ユーザーの80%が使用開始後2週間で、従来より目が冴える、エネルギッシュでいられるなど、肯定的な結果を報告しています」

この製品の大きな特徴はリアルタイムの脳波を額で計測できるという点です

「通常、眠りの状態を計測するためには、体の動きなどを知る必要があるので、身体に加速度センサーをつけなければならないのですが、それよりもよほど正確に、情報を得られます」

測定されたデータは、スリープスコアとして専用アプリで確認できます。仕組みを聞くと複雑に感じますが、ユーザーは、ヘッドバンドとセンサーを装着して寝るだけでOK。あとは専用アプリで睡眠状態をチェックできます。

「日本では多忙で、睡眠を十分に取れない人が多いと聞いている。この製品は日本の皆さんに喜んでもらえるかもしれません」

現時点では日本での発売は未定ですが、発売が実現すれば、これまでにないカテゴリの製品として注目を集めそうです。

1

2

3

4

1:額に当たる部分には脳波を測定するセンサーが配置されている。2:フィリップスの睡眠呼吸器ケア担当医師 Dr. David White。3:Dr. David White氏に実際に製品を装着してもらった。4:専用アプリでスリープスコアを確認できる。

両面使える「2画面スマホ」が今年も変態進化!

中国家電のハイセンスが電子ペーパースマホを発表

Pick up

HISENSE

華やかな最新スマホがいくつか発表されたIFA2019。その中で異色を放っていたのが中国の家電メーカー、ハインセンスだ。同社が発表した最新スマホはなんとモノクロ画面を搭載。しかも1機種は片面がカラーディスプレイという変態チックな製品だ。いったいどんなユーザーが買うのかわからないが、世界有数の家電展示会で製品発表を行ったというからには勝算ありと考えているのだろう。

Text by 山根康宏

ELECTRONIC PAPER SMARTPHONE

2画面スマホの最新モデルハイセンスが作り続ける

ハイセンスの「A6L」は表側が6.53インチのカラー液晶ディスプレイ、裏側に5.8インチの電子ペーパーディスプレイを搭載する2画面スマホだ。電子ペーパーはモノクロ16諧調表示だが、こちらの画面でもAndroidが動きスマホとしても使える。また専用メニューも搭載されており、電子ブックを読むときはより高速な操作ができるという。本体メモリは6GB、カメラは24000万画素+800万画素とスペックも高い。カラー(とわざわざ表記しなくてはならないのがA6Lの特徴でもある)ディスプレイ上部には水滴型ノッチ内に2000万画素のフロントカメラを搭載している。ミドルハイレンジレベルの製品であり、中国の怪しいスマホという代物ではないのだ。

A6Lのように裏も表もスマホという不思議な製品は過去に数社が手掛けていた。最初の製品はロシアの謎メーカーYotaが2012年に発表した「YotaPhone」で、片面は普通のAndroidスマホ、もう片面は電子ペーパーのモノクロディスプレイを搭載して専用アプリで電子ブックリーダーとして使えるハイブリッドな製品だった。その後はモノクロ画面でもAndroid OSが動くようになり、他のメーカーも参入するなど一時は市場がにぎわった。

しかし気が付けばYotaPhoneは3機種で実質終了、他のメーカーも1機種を出して撤退するところが相次いだ。タブレットの世界を見ても電子ペーパーを採用したアマゾンのKindleがいまや普通のカラー液晶タブレットを低価格で出しているように、電子ペーパーディスプレイを採用するメリットは薄れつつある。もちろん電子ペーパーは目に優しいため長時間の読書に向いているのだ

1：裏面に電子ペーパーを搭載、2画面使えるA6L。2：カラー画面側は普通のスマホと変わらない。こちらの画面で電子書籍を読むのもアリだ。3：A6Lの電子ペーパー画面。

が、多くの消費者はカラー画面の利便性や製品の価格に敏感であり、あえて電子ペーパー端末を選ぶ理由は減少している。

だがハイセンスは2017年、他社がすでに撤退している市場に2画面スマホ「A2」を発表。ラスベガスで開催されたCES2017というグローバルイベントで華々しいデビューを飾ったのだ。ハイセンスのブースはちょうどインテルの向かいであり、インテルを訪問した多くの来場者がハイセンスブースに展示されていた裏表が使える不思議なスマホに目を奪われたのだった。

A6Lは2018年に発表した「A6」の後継モデル。A6が6インチカラー液晶＋5.61インチ電子ペーパーだったのでディスプレイサイズが両面とも大型化している。世界的にスマホの大型化が進んでいるが、A6Lのような2画面スマホもその流れにのらなくては消費者の興味を惹くことが難しいということなのだろう。

しかしどうしてハイセンスは他社がやらない2画面スマホを毎年出しているのだろう？ ハインセンスの主力事業は家電であり、スマホは一部の新興国などで販売しているものの、中国国内でもあまり目立った存在ではない。しかしサムスンやLGがスマート家電のペアとして自社スマホを展示会で展示したり、シャオミがスマートホーム製品を強化してスマホ連携を進めるなど、スマホと家電は密接な関係になりつつある。一度参入したスマホ市場からハイセンスとしても撤退はしたくないのだろう。だが普通のスマホを作っていたのでは競争に勝てない。そこで現時点で世界で唯一ともいえる2画面スマホを積極的に展開しているのではないだろうか？

MONOCHROME

モノクロ画面だけの「A5」はユーザー不明の試作モデル？

このA6Lと一緒に発表されたのが「A5」だ。ディスプレイはA6Lの背面に採用されている5.8インチの電子ペーパーのみを搭載する。すなわちA5は完全なモノクロディスプレイ端末なのである。今の時代にモノクロのスマホの需要があるとは思えないのだが、ハイセンスブースの担当者に話を聞くと「新興国などでフィーチャーフォン（いわゆるガラケー）からの乗り換え需要としては十分あり」とのことだった。おそらく価格は日本円で5000円など、かなり安く販売されるのだろう。通話とメッセージしか使わないユーザーも新興国には多い。わずかなデータ通信費ですら高いと思う人たちにとっては、モノクロ画面のスマホならカメラを使おうとも思わないだろう。なおA5には一応1300万画素のカメラも搭載されている。

電子ペーパーは構造上、光が当たらないと表示が見えない。紙と同じ原理で表示をしているからだ。となると暗闇では画面が見えなくなってしまう。A6Lならカラー画面を見ればいいだろうが、モノクロ画面しかないA5は困ってしまう。そこでA5はディスプレイの内側にLEDのバックライトを埋め込むことで、夜間の明かりの無い環境でも画面表示

電子ペーパーディスプレイのみを搭載するA5。

を見ることができるようにしている。意外と工夫されているA5、電子ペーパーを搭載した簡単端末はドコモも出しているくらいなので、日本など先進国でもiPhoneのお供に通話用端末として使うのもいいかもしれない。

さて実際に電子書籍を表示してみると、ディスプレイそのものが光らないために確かに目は疲れにくく文字も読みやすい。一方画面全体が暗いので、なるべく明るい場所で使おうと思うようになる。そうなるとベッドで寝る前に読書するといった用途にはあまり向いていないかもしれない。やはり電子書籍端末として使うとしても、カラー画面のほうが実用性があると判断せざるを得ないのだ。A6LとA5を並べると確かにディスプレイのサイズは同じ。もしかすると電子ペーパーをディスプレイメーカーから購入する際の最低購入枚数が決まっており、すべてをA6L生産に回しては供給過多となるため、急いで電子ペーパーだけを搭載するA5を開発したのかもしれない。

このようにどうしてもネガティブなイメージばかりが先行してしまう電子ペーパーディスプレイスマホだが、誰もやらないことをやるというハイセンスの姿勢は大きく評価していいだろう。ただ、どうせやるなら究極のシンプルスマホとして出てきた「Blloc Phone」のようにモノクロ画面に合わせた美しい専用のユーザーインターフェースを用意するなど、もう一工夫が欲しいところだ。なおモノクロ画面でも写真やカメラのプレビュー表示はそこそこ見ることができる。あえてモノクロ画面を活用するカメラアプリなどが出てきたら面白い。

今ではスマホの使い方はシングルタスクからマルチタスクへと変わり、1つの作業をしながら他の作業をするという使い方も増えている。2画面スマホならWEBで調べた地図を即座に裏面に表示し、表面ではまた別の検索を続ける、といったこともできる。2画面スマホは最適なアプリケーションさえ見つかれば使い方の可能性は大きく広がる。それに対してモノクロ画面のA5は、価格以外のメリットが今のところ見えてこない。電子書籍の年間購読料とセットで販売するなど、新しいビジネスモデルの構築が必要だろうか。

1：バックライトで電子ペーパー面を照らす。2：A6L（左）とA5（右）の電子ペーパーディスプレイ。確かに大きさは同じだ。3：意外と見ることができるカメラのプレビュー表示。

FORM

折りたたみ型や2画面カラーなど、スマホの形はこれから大きく変わる

Nubiaの2画面スマホ、Nubia Z20。

カラー＋モノクロの2画面スマホはすでに7年の歴史があるが、昨年には両面がカラーディスプレイのスマホも登場し、裏も表も普通のスマホとして使える製品が出てきている。両面がカラーディスプレイのため、写真を撮るとき相手にプレビュー画面を見せるといった使い方もできる。とはいえカラー＋モノクロでも使い方がなかなか見つからなかった2画面スマホ、両面がカラーになったからといってこれいといった特徴を出せずにいるのが現状だ。製品も中国のVivoが1機種、Nubiaが2機種とまだ3モデルしか市場では販売されていない。

表と裏、2つの画面が別々に動くメリットは確かにある。しかし2枚が別であることからそれぞれをどう使い分けるかを考えるのは難しいことなのかもしれない。中国シャオミはその問題を解決するために、スマホの側面部分までもディスプレイで覆った「ラウンドディスプレ

裏側にぐるっと回ったディスプレイが特徴のMi MIX Alpha。

イ」を搭載した「Mi MIX Alpha」を発表している。Mi MIX Alphaは表のディスプレイがそのまま側面を回り込み裏面まで達している。裏面は完全にはつながっておらず、カメラ部分で切れてはいるが、裏側も表示できるという点では立派な2画面スマホだ。

スマートフォンは毎年のようにディスプレイサイズの大型化を進めており、もはや限界かと思われた矢先に今度は縦横比を変え、縦に長いワイドサイズとすることでさらなるサイズアップを進めている。ファーウェイの「Mate 20 X」は一昔前ならタブレットのサイズである7.2インチのディスプレイを搭載。また「iPhone 11 Pro Max」の6.46インチですら小さいと感じるくらい、最近の各社のスマートフォンは6.5インチ以上の大きなディスプレイを採用している。そしてその延長として大きなディスプレイを折り曲げてコンパクトにできるフォルダブル、すなわち折りたたみ式スマホが登場した。

サムスンとファーウェイがそれぞれ異なる機構で折りたたみスマートフォンを発表する中、マイクロソフトはヒンジを使った機構ではあるが、2枚のディスプレイをたためるスマートフォンライクな製品「Surface Duo」を発表。もはや閉じて開いて、という機構は珍しくないものになっていくのかもしれない。サイズアップだけがスマートフォンのディスプレイの進化と思っていたのが、いつの間にか2画面化が始まり、さらには折りたたみ構造へとその形状は進化が続いている。

このようにスマートフォンは片面がディスプレイという常識はこれからどんどん崩れていくことだろう。そう考えるとハイセンスが積極的に2画面スマートフォンを投入するのも、形状は違えど今のスマートフォンのデザインや形状、使い方が変わる未来を見越してのものなのかもしれない。2つの画面をどう使うか、それはメーカーが提唱しなくてもいずれどこかのサービス会社やユーザーたちが新しいユースケースを生み出してくれるかもしれないのだ。

リッチなコンテンツが増える今も、電子ペーパーの低消費電力や文字をはっきりと表示できるコントラストの高さは大きな利点だ。来年以降もハイセンスが電子ペーパー搭載スマートフォンを出すかどうかはわからないが、ハイセンスがやめても他の中国メーカーが製品化を続けるかもしれない。「スマホの裏面、何に使う?」。ハイセンスの2画面スマホを手にしたらどんな活用ができるのか、秋の夜長にのんびり考えるのも楽しいかもしれない。

サムスンから発売になったGalaxy Fold。

ユーザーが使い道を考えるスマホなんてあっただろうか?

片手サイズなのに大画面!

Xperia 5は全世界のスマホユーザーが求めたウルトラコンパクトスマホだ

IFA2019でソニーモバイルが発表した「Xperia 5」はウルトラワイドディスプレイを採用した小型のスマートフォンだ。カメラ性能はフラッグシップモデルの「Xperia 1」相当、ハイスペックなCPUも搭載しており普段使いにはもったいないくらいの性能を有している。しかもあざやかなカラバリが用意されており、日本のみならず海外市場でも大きな話題となっている。本体は片手で十分持てる横幅サイズ。小型スマートフォン、たとえばiPhone SEの後継モデルを探している人にも気になる存在になりそうだ。

Text by 山根康宏

Pick up

XPERIA 5

CINEMA SCOPE DISPLAY

21:9 のシネスコープサイズディスプレイを搭載、小さい本体に大画面が使いやすい

ソニーモバイルのスマートフォン「Xperia」シリーズは今年になってから従来モデルとは大きく異なる外観を持つ製品を次々と出している。それはディスプレイ形状の変更だ。すでに日本で発売されているXperia 1を見ればわかるが、ディスプレイが縦に長くなったことで本体も細長い形状となっている。Xperia 5もXperia 1同様の形状であり、Xperia 1を一回り小さくしたサイズになっているのだ。

スマートフォンのディスプレイは数年前までは縦横比が16:9が標準だったが、最近では18:9、19:9のように縦方向に長いディスプレイを採用したモデルが増えている。ところが今年頭に発表された「Xperia 1」は21:9と他社よりもさらにワイドなディスプレイを採用しているのだ。このサイズは横方向に向ければちょうど映画のサイズとなることからシネスコープサイズともいわれる。映画館で放映される映画の迫力ある映像をXperia 1ならそのままフル画面に表示して楽しむことができるのだ。

シネスコープサイズディスプレイの利点はディスプレイサイズを大きくしたまま、本体の横幅を狭くできることだ。Xperia 1は6.5インチの大画面を搭載しながら横幅は72ミリと、最新iPhoneのコンパクトモデル「iPhone 11」の75.7ミリよりも狭い。Xperia 5はディスプレイサイズがiPhone 11と同じ6.1インチだが、横幅は68ミリと70ミリを切っているのだ。スマートフォンを片手で自在に使いたい人なら涙を流して喜ぶかもしれないほどXperia 5は手軽に持ち運べるスマートフォンなのだ。

ところでXperia 1を買った人やお店で見た人は、ディスプレイが6.5インチとはいうものの思ったほど画面サイズが大きく感じられず、動画を再生した時は他社のスマートフォンのほうが迫力を感じられる、なんて思った人もいるかもしれない。21:9のディスプレイは確かに映画を再生するのには向いているが、同じ画面サイズで他社のスマートフォンと比べると横幅が狭い。つまり6.5インチの大きさはシネスコープサイズでは他社の6インチくらいの体感サイズとなってしまうのだ。それでは6.1インチのXperia 5はより小さいディスプレイを搭載していることから、小ささが目立ってより不利に感じられるのだろうか？

実際にXperia 5を手にしてみると、

6.1インチのシネスコープサイズディスプレイ搭載で片手でも楽に持てるXperia 5。

Xperia 5の21:9、6.1インチの画面は実は「広く」感じるのだ。

COLOR VARIATIONS

美しい「赤」ボディーに思わず惚れる! カラバリ展開はもっと冒険が欲しい

Xperia 5の本体カラーは「ブラック」「グレー」「ブルー」「レッド」の4色。色の名前そのものは最近の他社スマートフォンの派手な色名称と比べると地味に感じてしまうが、実際にブラックとグレーはベーシックな色合いだ。シルバーはホワイトに近い色合いで、とりあえず無難な色が欲しいというユーザー向けなのかもしれない。

一方ブルーとレッドは他社にはない色合いだ。特にレッドは鮮やかさの中に落ち着きを秘めている、漆のような仕上げを感じさせてくれる。同じ赤でも中国メーカーや韓国メーカー、そしてiPhone 11とは色味が大きく異なっている。和のテイストを感じさせてくれるこの色を、ソニーはただのレッドと表現しているのだ。「わかる人にわかってほしい」という静かなメッセージが込められているのかもしれない。またブルーも渋みを利かせた色合いで、こちらも「青」と表現できない色だ。Xperia 5はこのように「無難な2色」と「他社にはない日本メーカーならではの2色」というカラバリ展開を行っているのである。

IFA2019のソニーブースではこのXperia 5を目当てに多くの来場者が詰めかけていたが、コンパクトサイズは特に女性にも受けがいいようだった。特に赤ボディーのモデルは人を引き付けやすい。だが展示されている他のモデルを見て「あれ?」という顔をする来場者もいた。ここまで鮮やかな色の製品がおいてあるのだから、他にも様々なカラバリがあると思ったのかもしれない。ソニー側とすればこの4色ですべての消費者の興味を惹くことができると考えたのかもしれないが、もう少しがんばって6色、あるいは8色展開くらいしてほしいところだ。なにせiPhone 11は6色も用意されているのだから。

Xperia 5の売れ行きが好調で今後色展開が増えることを期待したいが、Xperia 5と同じサイズ感を持ったスマ

IFA2019で発表されたXperia 5。

本体が小さいのにディスプレイが横に長いことから、コンパクトモデルなのにかなり大きいディスプレイを搭載しているな、と感じられるから不思議だ。このあたりは人間工学とも関係しているのだろう。Xperia 1は7インチくらいの大画面を搭載してこそ迫力を感じさせてくれると思われる。一方Xperia 5はすでに十分小さい本体サイズなので、同じ横幅サイズの他社スマートフォンよりディスプレイが横方向に長いというメリットを体感するのである。アプリを2つ起動してみると、21:9の画面なら正方形に2つのアプリを表示できる。この小さいサイズで2つのアプリを見やすく表示できるのはXperia 5だけなのだ。

鮮やかな色合いのXperia 5のレッド。

こちらはブルー。コンパクトなハイエンドモデルはXperia 5以外にはあまりない。

21:9のディスプレイはこれから採用メーカーが増えるかもしれない。

ートフォンが他にないことから、日本以外でも人気が出る可能性は十分にある。フラッグシップのXperia 1は他社の上位モデルと熾烈な戦いを勝ち抜かなくてはならない。カメラの性能だけではなくデザインでも攻めるiPhone 11シリーズ、2サイズ展開となったサムスンGalaxy Note10シリーズ、新色が追加されたファーウェイP30シリーズと、大手メーカーの秋冬陣営は鉄壁だ。Xpeia 1はこれらに真っ向から対抗しなくてはならないのである。

一方Xperia 5のライバルは、同様にコンパクトサイズとして出てくる「Galaxy Note10」程度だろう。スペックを落としたコンパクトモデルは同じソニーの「Xperia 10」などもあるが、Xperia 5はCPUにSnapdragon 855を採用、カメラも1200万画素が3個というハイスペックな製品だ。年々巨大化するスマートフォンに対し、そろそろ手のひらサイズの製品が欲しいと考えるユーザーも増えてくるだろう。そして繰り返しになるがXperia 5の21:9のディスプレイは決して小さくはないのだ。

ところでXperia 5のディスプレイを見て気が付くことは無いだろうか?最近のスマートフォンが採用しているディスプレイ上部の欠き取り、いわゆる「ノッチ」が無いのだ。iPhoneが採用する横幅のあるノッチは今や少数派で、フロントカメラ部分だけをディスプレイに食い込ませた「水滴型」や、カメラ部分に穴をあけたような「パンチホールノッチ」が最近のスマートフォンでは主流となっている。しかしXperia 5はXperia 1同様に、ノッチは採用せずにディスプレイの上部にカメラを配置する従来型のデザインとなっている。そのため21:9のディスプレイがさらに長く見えるが、逆に本体のワイドサイズ感を強めており好結果をもたらしている。ディスプレイ面に一切邪魔するものが無いのでコンテンツを見るときも没入感が高い。ノッチ無しの道を行く今年のハイエンドXperiaは他社品との差別化に十分成功していると言えるだろう。

ソニーの21:9ディスプレイ採用モデルはグローバルモデルも入れるとXperia 1、Xperia 5、Xperia 10、Xperia 10 Plusそして日本で発表されたばかりのXperia 8を加え、5モデルも出そろうことになる。海外での評価はやはりディスプレイサイズに対して本体がコンパクトである点が受けているようで、同じ大画面モデルでも低価格なXperia 10 Plusの売れ行きが台湾などでは好調だという。この動きを見てか、モトローラも「One Vision」を発表。ディスプレイサイズは6.3インチ21:9で、Xperia 1とXperia 5の中間という絶妙なサイズだ。縦方向に持てばSNSのタイムラインも多く表示でき、横方向にすれば動画をシネマサイズで楽しめる。来年以降他社からも同じ形状のディスプレイを採用するスマートフォンが出てきそうだ。

Xperia 5の21:9、6.1インチの画面は実は「広く」感じるのだ。

ENTERTAINMENT MACHINE

明るくワイドなカメラを搭載、ゲームにも使いたいエンタメマシン

カメラは最近のスマートフォンでは必須ともいえるウルトラワイドレンズも搭載。標準(ワイド)は26mmでF1.6と明るいレンズを採用。望遠は2倍の52mm F2.4、そしてウルトラワイドは16mm F2.4という組み合わせだ。この3眼カメラはXperia 1と同じだが、本体背面の左上に立てに配置するという、他社と同じデザインになっている。ちなみにXperia 1は本体中央にカメラを並べていたが、カメラの数が多くなると片隅に寄せたほうが使いやすい。これはサムスンもGalaxy Note10で同じカメラ配置の変更をしている。

Xperia 5の本体サイズはカメラを使うときにも操作がしやすく、片手で横持ちしても握りやすい。シャッターボタンが届きにくいということもなく、本体も小さいので手振れもしにくい。長時間の動画を手で保持しながら撮影するときも苦にならないだろう。なおXperia 1にあったスーパースロー動画機能は削除されたが、一般的なシーンで使うことはまれだろうからスペックダウンとは感じられない。スーパースローはカメラ機能としてではなく、それを活用できるカメラアプリが出てこなければなかなか普及しないのではないだろうか。

モバイルゲームユーザーにうれしい機能も追加された。PlayStation 4用ゲームパッド「DUALSHOCK 4」で、Xperia 5のゲームが楽しめるようになったのである。専用ゲームタイトルのみの対応だが、DUALSHOCK 4を装着して電車の中などでも快適操作でゲームがプレイできるわけだ。今まではXperiaをDUALSHOCK 4に装着しても、PlayStation 4のゲームコントローラーとしてしか使えなかった。これからはDUALSHOCK 4そのものがXperiaの周辺機器として使えるのである。

Xperiaシリーズは日本での販売は好調だが、それは日本メーカーであること、ソニーというブランドの強さ、さらにはキャリア経由で販売される、といった特殊な事情がある。海外ではソニーのブランドは強くともXperiaというブランドが知られてない国もあるのだ。筆者が最近訪問したドバイの巨大なショッピングモール、ドバイモールにはソニーの大型店舗があったが、Xperiaの取り扱いは無かった。日本ではXperia新機種が出るたびに多くの記事も出るが、海外ではプレスリリースすら流されない国もあるのだ。

だが今年に入ってからXperiaは大きく変わった。他社にはないディスプレイを搭載したことで、スマートフォンそのものの使いやすさ、すなわち「大画面なのに持ちやすい」製品を次々と送り出しているのだ。今後より大画面なモデルや5G対応製品、さらに定期的なアップデートを進めていけば、Xperiaの販売国は徐々に広がっていくと思われる。Xperia 5はそんなソニーの海外市場復活のカギを握る製品になると筆者は感じた。世界中の消費者にぜひこの絶妙なサイズの製品を送り届けてほしいものだ。

Xperia 5はカメラ撮影もしやすい。

DUALSHOCK 4で直接Xperiaのゲーム操作ができる。

メジャーメーカー以外からも
楽しい製品が続々登場したIFA2019！

折りたたみスマホやタフネスケータイ、モバイル系の新製品が目白押しだった

大手メーカーのスマホはソニーモバイルのXperia 5以外に目立った新製品が無かったIFA2019。しかし大手メーカー以外からも様々な製品が展示されていた。スマホだけではなくディスプレイなどの新素材、またウェアラブルデバイスにも目を惹くものが多かったのだ。

Text by 山根康宏

Pick up

MOBILE

BEND

TCLが曲がるディスプレイのコンセプトスマホを大量展示

中国のTVメーカーとして有名なTCLブースには、ひときわ目を惹くスマホがずらりと展示されていた。同社はアルカテルブランドの名前で全世界にスマホも販売しているが、話題の製品は子会社でTVやスマホのディスプレイを製造開発するチャイナスター社のもの。最近なにかと話題の折りたためるディスプレイなど、同社のディスプレイ技術は世界の先端レベルを走っている。

展示物の中で最も気になった製品が横降りタイプのディスプレイを搭載したスマホのコンセプトモデル。開くと7.2インチ、2048x1536ピクセルというタブレットサイズになる。折り曲げテストは20万回をクリアしており、一般的な使い方なら5年以上の耐久性があるという。なお折りたたむと内側にディスプレイ面が隠れる「谷折り式」を採用しており、折りたたんだ時にはヒンジ部分には若干の隙間が開くようだ。

谷折り式の折りたたみディスプレイはサムスンの「Galaxy Fold」も採用しているが、Galax Foldは開くと縦4：横3になるのに対し、TCLのディスプレイは縦3：横4と、横方向に長い形状になる。また閉じたときの背面側にはサブディスプレイは搭載されていない。同じ折りたたみスマホでも、メーカーによって目指す方向やターゲットユーザーは異なるのだ。

チャイナスターは縦に折り曲げるディスプレイのコンセプトモデルも展示していた。こちらはまだ動作はせず、開発段階でデザインだけを公開しているもの。

チャイナスターの折りたたみディスプレイのコンセプトモデル。開いたサイズは7.2インチ。

縦折り式のディスプレイは高級スマホ向けとなるようだ。

普通のスマホをそのまま真ん中から縦に折りまげることで、ポケットにも入るコンパクトサイズになるというわけである。

ディスプレイのサイズは6.22インチで縦横比は19.5：9。モックアップは背面に革が張られていることからわかるように、縦折りスマホは高級モデルに採用されることを意識しているようだ。ちょうどモトローラが縦折り式の高級スマホ「RAZR」を開発中とアナウンスしており、もしかするとチャイナスターのこのディスプレイが採用されるのかもしれない。

チャイナスターは他にもディスプレイがスマホ本体の側面まで回り込んだ「Waterfall」ディスプレイを展示していた。この形状のディスプレイはファーウェイ「P30 Pro」やVivo「NEX 3」が製品化しており、他のメーカーにも採用が広がる見込みだ。ディスプレイを指先で左右にスワイプすると、画面が左右の表示部分に流れるように動く様はまさしく水が流れ落ちる滝を見ているようだ。地図や写真のギャラリーを表示しているときに、本体の側面から巻物のように表示がせりあがってくる様は見ていても面白い。ディスプレイが裏面にそのままつながっているような感覚は新鮮だ。

このディスプレイはすでにP30 Proでも実現されているように、側面部分をタッチするとディスプレイの端にボリュームキーが表示される。すなわち本体からボリュームキーを廃止することができるわけだ。音量を変えたい場合は、そのまま側面に指先を当てて上下にスライドさせればよい。ほかの応用としてはゲーム用のコントロールキーを自由な位置に表示・配置することもできるだろう。

1：滝が落ちるように側面まで覆われたWaterfallディスプレイ。2：側面タッチでディスプレイ上にボリュームキーを表示できる。

スマホメーカーでディスプレイを自社開発しているのはサムスンとLGくらいで、他のメーカーはチャイナスターなどのディスプレイメーカーと共同開発を行なったり、最新のディスプレイを購入するなどして自社スマホへ搭載を行っている。実はチャイナスターは中国でも1、2位を争う大手ディスプレイメーカーであり、新しいディスプレイの開発に積極的なのだ。2020年にはIFA2019で展示されていたディスプレイを搭載したスマホが各社から続々と登場するだろう。

タフなボディーが魅力のNokia 800 Tough。

FEATURE PHONE

ガラケーがまだまだ面白い!
ノキアが4G フィーチャーフォンを大量発表

世の中は右も左もスマホだらけだが、まだまだ従来からの携帯電話を使っている人も多い。そのあたりをノキアはよく理解しており、IFA2019では普通の携帯電話を３機種も発表した。しかもそのうちの２機種はスーパーフィーチャーフォンと呼ばれる、スマホアプリを搭載したモデルなのだ。

スマホがiOSやAndroid OSなどアプリが使えるOSを採用しているように、スーパーフィーチャーフォンはKaiOSと呼ばれるOSを搭載している。KaiOSはスマホほど高度な機能は無いものの、軽いアプリを走らせることができるのだ。しかもグーグルが出資したことでグーグルマップやグーグル検

カメラは200万画素でおまけと考えよう。海外旅行用によさそうだ。

Nokia 6.2(左)とNokia 7.2(右)。見た目はほぼ同じの兄弟モデル。

索なども利用できる。

ノキアのスマホや携帯電話は現在、HMDグローバルが製造と開発を行っている。IFA2019で同社が発表した「Nokia 800 Tough」と「Nokia 2700 Flip」はスマホユーザーの2台目にも適した特徴ある携帯電話だ。前述したKaiOSを搭載しているので、スマホの電池が切れたときもこれ1台でスマホ代わりになる。4Gに対応しており、先進国でも使うことができるのはうれしい仕様だ。こうなると興味を持つ人がいるかもしれないが、残念ながらKaiOSは現時点では日本語入力非対応。表示だけはそれなりにできるので、海外旅行時の現地連絡用端末として買うのは十分アリだろう。

Nokia 800 Toughはその名前と見た目通り、タフな仕様の携帯電話だ。IP68の防水防塵に対応し、さらにMIL-STD-810Gに準拠しておりちょっとやそっとのことでは壊れない。本体上部のLEDライトは新興国を意識したものだろうが、我々としてはアウトドアでの夜間照明用と考えたい。バックパックにぶら下げられるように大きなベルト通しが付いている本体形状もいい感じだ。いっそのこと使わずにカバンのアクセサリとしてつけておく、なんて使い道はどうだろうか。本体は見た目よりも軽くできているが、落としたときにボディーが衝撃を吸収するような設計になっているのだろう。これで日本語が使えたら、とついつい考えてしまうほど楽しそうな携帯電話だ。

タフボディーのスマホや携帯電話は毎年何社かが製品化している。ノキアもはるか昔にいくつかのタフ携帯を出していたが、ここ数年はベーシックなモデルに特化していた。ノキアは過去に携帯電話事業をマイクロソフトへ売却し、その後HMDグローバルの元で再出発を図っている。そのため遊び心を持った端末を開発する余裕はいままでなかったのだろう。しかし今やフィーチャーフォンでも世界シェア上位に食い込み、スマホでも実売数はわずかだが10位以内に入るほど事業は好調だ。「Tough」というわかりやすいニックネームを付けたことでより多くの消費者の関心も集めるだろう。

Nokia 2720 Flipはどこにでもありがちな折りたたみ型の携帯電話だ。このモデルは過去に発売された「Nokia 2720 fold」のリバイバルモデルでもある。HMDグローバルはこれまでに数機種のリバイバルモデルを投入していずれもヒットさせているが、今回のモデルは既存の単機能な折りたたみ式携帯電話を使っている人たちにとって魅力的な存在になるだろう。なにせSNSを利用できるので、海外の低価格携帯電話ではこれまでは難しかった「ケータイで写真を撮ってシェアしたり、友人の近況を写真で見る」こともできるのだ。

折りたたみ型の携帯電話はポケットの中で誤操作が無いことや、閉じた状態ではディスプレイが見えないので電話やメッセージの着信が他人に見えないというメリットがある。着信時には開けば通話ができ、閉じれば通話を切断できるのも楽でいい。先進国でも人気は根強く、アメリカへ行くとプリペイド携帯電話の大半が折りたたみ型というくらい種類は多い。

中でもアルカテルの製品はKaiOSを搭載し手ごろなサイズ感があることからアメリカで人気だ。Nokia 2720 Foldはそれらの需要をノキアブランドを手に少しずつ奪い取ろうとしているのだろう。年配者にとっては昔の懐かしさがあり、若年層にとっては「親の使っていたあこがれの製品」としてノキアのブランド力はまだまだ生き残っている。

IFA2019ではノキアのスマホも2機種が発表された。ほぼ同じボディーを持った「Nokia 7.2」と「Nokia 6.2」で、カメラ性能や背面の仕上げを変えた兄弟モデルだ。Nokia 7.2はカメラレンズメーカーのカールツアイスレンズを採用したカメラフォンで、写真画質の高さも魅力の製品である。

しかし同社ブースを訪問した来場者のもっぱらの興味は見た目も目立つNokia 800 Toughであり、スマホよりも携帯電話が人気という状況だった。ノキアの携帯電話を買ったユーザーはいずれノキアのスマホに買い替えるだろう。ベーシック端末からハイスペックスマホまで幅広いポートフォリオを展開するノキア、いずれ世界市場で影響を与えるほどの大ブランドに復活するかもしれない。

1:オーソドックスな折りたたみ形で万人受けしそうなNokia 2720 Fold。2:KaiOSは携帯電話を準・スマホ化。SNSアプリも入っている。

WEARABLE DEVICE

スマートウォッチも画面が曲がる? 魅力的なウェアラブルデバイス

スマホ以外にも見どころがいっぱいだったIFA2019、ウェアラブデバイスでも面白い製品の展示がされていた。「Amazfit X」は曲面ディスプレイを採用したリストバンド型デバイスだ。スマートウォッチほどの機能は無いものの、ディスプレイを曲げたことで表示エリアを増やし、活動量やスマホからの通知の情報も多く表示できる。また、腕にフィットする形状なのでサイズの割にフィット感は高い。コンセプトモデルで発売は未定だが、ショーケースの中の展示物を見る限り機能豊富で質感も高そうで、ぜひとも製品化してほしいと感じられた。

Amazfit Xは見た目もエレガントで美しい。スマートウォッチよりも小さくスリムなので腕にはめるブレスレッドのようにも見える外観だ。待ち受け画面には時計が表示されているが、普段は模様やパターンを表示できるようにすれば立派なファッションアイテムにもなるだろう。最近のスマートウォッチはどんどんアナログ時計デザイン化が進み、だんだんと目新しさが感じられなくなりつつある。一方リストバンド型デバイスも表示画面の大型化が進むが、フラットなディスプレイを採用しているために多様な製品が増えてしまっている。Amazfit Xはそのどちらのカテゴリにも属さない「ファッションウェアラブルデバイス」となる可能性を秘めているのだ。

Bellabeatの「leaf」のように、ディスプレイさえ無くして活動量を計測し、スマートフォンへBluetooth転送する単機能な活動量計もファッションアイテムの一つだ。ペンダントとして使ってもいいしブレスレッドにもなる。充電不要で長期間使えるため、電池残量を気にかける必要もない。Leafは活動量計をファッション化させたものというよりも、ファッション製品にIT機能を組み込んだデバイスなのである。

このほかに会場でいくつか見かけたウェアラブルデバイスは子供向けのスマートウォッチだった。子供向けだから簡単な機能しか乗っておらず、しかもおもちゃのような作りだろうと思う人も多いかもしれない。しかし最近の子供向けウォッチはカメラを搭載して身の回りの状況を撮影して親のスマートフォンに送信することもできる。また4G対応でスマホが無くても単体通信できるものが多い。子供たちはスマホとスマートウォッチを連携させるのではなく、スマートウォッチだけで出かけるのだから4G機能はあってしかるべきなのだ。

スマートウォッチのカメラは駐車場の場所記録など、とっさのメモ用撮影に使える。自動車事故などで気が動転しているときも、腕にはめたスマートウォッチのカメラを起動することくらいはできるだろう。動画を撮っておけば後で音声だけでも聞き返すことができ、その場の状況を再確認することもできる。大人向けスマートウォッチの進化はいったん止まったように見えるが、独自の進化を進める子供用スマートウォッチの機能を今後取り込んでいってほしいものだ。

1：曲面ディスプレイのAmazfit X。2：ブレスレッドのようにも見える外観。ファッションアイテムとして販売してはどうだろうか。

ForeverのKW-200。単体で通話できる子供向けウォッチ。

アクセサリのようなleaf。これで歩数や睡眠状態を計測できるからすごい。

ds
Supporter's Items
ドイツ車ともアメ車とも違う。
ちょっぴりクセは強いけど
乗ったら楽しいフランス車。
今売れてます。
フランス車販売台数推移
20000
15000
10000
5000
0
2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017
PEUGEOT Citroen DS Renaut
輸入車におけるフランス車シェア
4%
3%
2%
1%
0%
2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017
PEUGEOT Citroen DS Renaut
グラフを見てもわかる通り、2013年からフランス車の販売台数は各社ともほぼ右肩上がりの成長を遂げている。フランス車の持つ魅力とコストパフォーマンスの高さが市場に評価されていることの現れだろう。
シトロエン
C3
価格：219万円～
プジョー
5008
価格：404万円～
ds

DS オートモビル
DS 7 CROSSBACK
価格：469万円〜
ds
ds

時計を手にするきっかけなんて、色々あっていいじゃない！

カルチャーな腕時計たち

「腕時計ってなんだか難しそう」とか「時間はスマホで分かるから……」なんて思っている人、ちょっと待った！　もちろん、コムズカシイ腕時計もあるけれど、僕らが好きなカルチャーと関わりのあるモデルもけっこう多い。まずは、そんな身近なものから手にしてみれば、腕時計への興味がどんどん沸いてくるはずだ。

フリーランスエディター／時計ライター

竹石祐三
TAKEISHI Yuzo

モノ系メディアの編集を経てフリーランスの時計ライターに。専門誌やライフスタイル誌などで時計の記事を執筆。愛用の時計はブライトリングなど多数。

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

vol.
VII
レッドブル・エアレースと腕時計

去る2019年9月7日～8日、千葉市の幕張海浜公園で行われた大会を最後に、惜しまれつつもその歴史に幕を下ろした「レッドブル・エアレース」。それは、世界屈指の飛行技術を持つレースパイロットがレース専用機を操りながらタイムを競う、まさに"空のF1"。そして、このモータースポーツには、時計ブランドが深く関わり、チームや選手はもちろん、レースをもサポートし続けていた事実をご存知だろうか?

Mihai Stetcu/Red Bull Content Pool

Joerg Mitter / Red Bull Content Pool

Samo Vidic/Red Bull Content Pool

機体がパイロンと接触すると+3秒のペナルティが与えられたり、12Gを超える負荷をかけると失格となってしまうなど、レッドブル・エアレースにはいくつもの厳格なルールが存在する。パイロットの安全を確保するためであり、また、これによってゲームがよりエキサイティングなものにもなるのだ。

レースタイミングとハミルトン

レッドブル・エアレース最後の決勝ラウンドは、開催地である日本のファンにとって予想だにしない幕開けとなった。緒戦となるラウンド・オブ・14は、前日の予選で5位となった室屋義秀選手と予選10位のベン・マーフィー選手との対戦からスタート。過去、母国のレースで二度の優勝を果たしている室屋選手だけに、当日集まった約6万人の観客は、誰もが室屋選手の勝利を確信していたはずだ。しかし——。

結果は0.015秒差で、室屋選手がまさかの敗北。決勝ラウンド開始からわずか5分。会場はかつてないほどの重苦しい空気に包まれた。

レッドブル・エアレースは、空気で膨らませた高さ25mのエアゲート(パイロン)をすり抜けながらレーストラックを2周する競技(今回は全長約4km)。機体がエアゲートと接触してはいけないことはもちろん、水平ゲート(2本のパイロン)の間(約14m)を通過する際の高度や角度が設定され、さらには12G以上の負荷をかけると失格など、極めて厳格なルールが設けられている。

こうした厳しい条件のなかで、14名のパイロットたちはわずか1/1000秒を競い合う。そして、この公式タイムキーパーを2017年から務めていたのがハミルトンだ。

ハミルトンと航空界とのつながりは1918年にまでさかのぼる。ハミルトンの時計は精度が高かったためパイロットたちから絶大な信頼を得ており、この評価によってハミルトンはアメリカの定期航空郵便サービスで採用されることになる。1930年代には、TWAやイースタン、ユナイテッド、ノースウエストといった主要航空会社の公式時計となり、その後はアメリカ初の大陸横断便就航の計時用時計に選ばれるという輝かしい実績を残した。

現在も、アメリカの第40哨戒飛行隊をはじめ、スペインのパルトーラ・アスパ、オランダのアパッチやF-16デモチームがハミルトンの時計を採用するなど、航空界との強固なつながりを持ち続けている。ハミルトンがレッドブル・エアレースの公式タイムキーパーを務めたことは必然とも言えるのだ。

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

ハミルトンは2017年よりレッドブル・エアレースの公式タイムキーパーを務め、1/1000秒が勝負の明暗を分ける戦いにおける重要な役割を担っている。

レッドブル・エアレース・パイロットと時計ブランド

一方で、ハミルトンは2005年よりブランドのアンバサダーを務めるレッドブル・エアレース・パイロット、ニコラス・イワノフ選手のチームをスポンサードしている。イワノフ選手は、キャリアを通してエアロバティックの総飛行時間が6000時間を超えるベテランであり、レッドブル・エアレースのマスタークラスでは2番目に長いキャリアを持つパイロットだ。

世界屈指のエアレース・パイロットと、アビエーション(航空)を柱に掲げる時計ブランドとのパートナーシップ――。それは、実に自然な結びつきであり、両者にとって理想の形と言えるものだ。

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

Samo Vidic/Red Bull Content Pool

ハミルトンがスポンサードするのは、マスタークラスのなかでも2番目に長いキャリアを誇るフランス人パイロット、ニコラス・イワノフ選手。2004年より出場し、通算5回のレース優勝を果たしている。

KHAKI PILOT PIONEER MECHANICAL

ハミルトン
カーキ パイロット パイオニア メカ
価格：10万5600円

1973年から1976年にかけて英国王立空軍に支給され、当時のパイロットたちの間で人気を誇ったミリタリーウォッチ。その復刻モデルとなる「カーキ パイロット パイオニア メカ」はオリジナルのデザインを忠実に再現しつつ、最新の手巻きムーブメントを搭載することで約80時間の持続時間をマーク。手巻き、ステンレススチールケース、ケースサイズW33×H36mm。

WATCH MEETS CULTURE

もっとも、こうしたスポンサードを行なっているブランドはハミルトンだけではない。アルピナも2017年よりマイケル・グーリアン選手の公式パートナーを務め、3シーズンにわたってチーム グーリアンをサポートした。

アルピナは1883年に創業したスイスの時計ブランド。創業者のゴッドリーブ・ハウザーは「スポーツマンや技術者、冒険家にとって理想的な時計を作る」ことを目指し、1938年にスポーツウォッチ「アルピナ4」を完成させる。それは登山家やダイバーはもちろんのこと、パイロットからも高い支持を獲得した伝説的なタイムピースだったという。さらにアルピナは、さかのぼること1921年に軍のパイロットや軍用機に時間計測器を提供し、以来、航空機産業との密接な連携を持ち続けてきた歴史を持つ。つまり、グーリアン選手とパートナーシップを結ぶことは、これまた自然な流れだったのだ。

KHAKI X-WIND AUTO CHRONO

ハミルトン
カーキ X-ウィンド オート クロノ
価格：28万4900円

横風による行程への影響を、パイロットが正確に計算できる偏流修正角計算機能を搭載。プロフェッショナル仕様のモデルらしいテクニカルな表情を携えながらも、ブラックでまとめられたデザインによって精悍かつスタイリッシュな雰囲気を放っている。自動巻き、ステンレススチールケース、ケース径45mm。

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

Samo Vidic/Red Bull Content Pool

アルピナがパートナーシップを結ぶのは、アメリカ海軍ブルーエンジェルスの名誉メンバーでもある、マイケル・グーリアン選手。2018年は2レースで優勝し、年間総合3位に輝いた。

STARTIMER PILOT HERITAGE AUTOMATIC GMT

アルピナ
スタータイマー パイロット ヘリテージ オートマチック GMT
価格：15万5000円

1970年に発売されたパイロット・ウォッチの復刻版で、クッション型のケースをはじめ、バーインデックスやデイト表示、さらに写真のモデルでは当時のカラーをも忠実に再現。オリジナルではアラーム機能が搭載されていたが、今回の復刻に際しては新たにGMT機能を付与するなど、現代的なアップデートが図られている。自動巻き、ステンレススチールケース、ケースサイズ42×40mm。

STARTIMER PILOT AUTOMATIC

アルピナ
スタータイマー パイロット オートマチック
価格：10万4000円

光の反射を抑えるマットな質感のダイアルに、時刻の判読性を高める大きなインデックスと時分針といった、パイロット・ウォッチに求められる条件を満たした、シンプルで実用的なモデル。マットなダークグレーのダイアルとチタンカラーPVDを施したケースの組み合わせがスタイリッシュな雰囲気。グーリアン選手の機体に描かれているモデルがこれだ。自動巻き、ステンレススチールケース、ケース径44mm。

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

Samo Vidic/Red Bull Content Pool

アジア人初のレッドブル・エアレース・パイロットで、ブライトリングがスポンサードする室屋義秀選手。2016年に千葉大会で初優勝を果たし、2017年には年間総合優勝にも輝いた。次世代を担う人材育成プログラム「空ラボ」も運営する。

室屋義秀とブライトリング

航空クロノグラフのオリジネーターとして知られるブライトリングは、とりわけレッドブル・エアレースと深い関わりを持ち続けてきたブランドだ。かつて大会の公式タイムキーパーを務めていただけではなく、2005年にはイギリス人パイロット、ナイジェル・ラムを擁するブライトリング・レーシングチームを結成し、以後9シーズンに参戦するなど、ワールドチャンピオンシップを盛り上げてきた。

ブライトリングがエアレースに関わるようになった背景には、やはり航空界との強いつながりがある。1936年、ブライトリングは英国空軍のためにフライト・クロノグラフを製造。これを契機として、各国の航空会社や航空機メーカーと公式なフライト・ウォッチのサプライヤー契約を結んでいく。そして1952年には航空用回転計算尺をベゼルに搭載した史上初のクロノグラフ「ナビタイマー」を生み出し、航空用クロノグラフメーカーとしての地位を決定的なものにするのだ。

時は経ち、1995年、ブライトリングは兵庫県の但馬空港でエアロバティックの国際大会「ブライトリング・ワールドカップ」を開催する。そしてこの時、同大会を観戦して衝撃を受け、エアロバティックのパイロットを本格的に目指したひとりの男性がいる。それが、後にアジ

CHRONOMAT JSP ROMAN INDEX LIMITED

ブライトリング
クロノマット JSP ローマン インデックス リミテッド
価格：99万円

1984年登場のクロノマットから2004年発表のクロノマット エボリューションまで採用されていた、ライダータブ付きのサテン仕上げベゼル搭載の日本向けスペシャルモデル。さらにこのモデルではローマンインデックスが採用され、スポーティールックのなかにもエレガントな雰囲気が漂う独創のデザインに。自動巻き、ステンレススチールケース、ケース径44mm。

ア人初のレッドブル・エアレース・パイロットとして世界中を沸かせることになる室屋義秀選手だ。

ブライトリングによる室屋選手のスポンサードは、レッドブル・エアレースの休止期間であった2013年にスタート。その後、2014年にワールドチャンピオンシップが再開されると室屋選手はメキメキと順位を上げ、2016年の千葉大会では初優勝、翌2017年は千葉大会での優勝に加え、年間総合優勝にも輝いた。それだけに、2019年千葉大会のラウンド・オブ・14で室屋選手が敗れたことはあまりにも衝撃的だったのだ。

しかし、ここで奇跡が起こる――。ラウンド・オブ・8は、ラウンド・オブ・14で勝利した7人と、ファステスト・ルーザー（敗れた選手のなかでもっとも好タイムを記録したひとり）の計8名で戦うのだが、優勝の最有力候補となる選手が敗れたことなどが重なり、室屋選手は次のステージに駒を進めることになったのだ。ラウンド・オブ・8、ファイナル4で室屋選手は圧倒的な力を見せつけ、結果、レッドブル・エアレースのフィナーレを飾る千葉大会で見事、優勝に輝いた。

ハミルトン、アルピナ、そしてブライトリングは、選手やチーム、そして大会をもサポートしてきた。しかし時計ブランドが果たした役割はそれだけではない。多くの時計ファンをエアレースの世界に引き込み、またアビエーションやエアレースのファンに時計の魅力を伝えることにも寄与した。それも、エアレースが他のモータースポーツにはない刺激を持っているからにほかならない。レッドブル・エアレースはこれで最後となったが、いつの日か国際的なエアレースの大会が新たに始まることを、今は願うばかりだ。

AVENGER II GMT BLUE MOTHER-OF-PEARL

ブライトリング
アベンジャー II GMT ブルー マザー オブ パール
価格：51万7000円

高い強度と機能性を誇るアビエーション・シリーズ「アベンジャー」。その卓越した基本性能に加え、ダイアルにブルーのマザー オブ パールを採用したジャパン・スペシャル。第2時間帯はダイアルの24時間目盛りと赤いGMT針で表示し、さらに両方向回転ベゼルの目盛りを用いることで第3時間帯の読み取りも可能にした。自動巻き、ステンレススチールケース、ケース径43mm。

WATCH MEETS CULTURE

Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

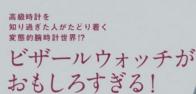
ファステスト・ルーザーで奇跡的な復活を果たし、その後は圧倒的な強さで千葉大会で優勝。年間ランキングは2位となったが、総合優勝を果たしたマット・ホール選手とはわずか1ポイント差。日本のファンにとっては実に感動的なフィナーレとなった。

問ハミルトン／スウォッチ グループ ジャパン／☎03-6254-7371 https://www.hamiltonwatch.com/ja-jp/
問フレデリック・コンスタント相談室／☎0570-03-1988 https://alpinawatches.com/jp/
問ブライトリング・ジャパン／☎03-3436-0011 https://www.breitling.co.jp

BIZARRE WATCH

高級時計を
知り過ぎた人がたどり着く
変態的腕時計世界!?

ビザールウォッチがおもしろすぎる!

Text by 篠田哲生

What's ビザールウォッチ?

針も読めなければ、現在時刻もわからない奇妙すぎる時計たち

腕時計とは「時刻を知り、また時間を計るのに使う、腕にのせる器機」である。ところが現代の高級時計の世界には、最高峰の時計技術を駆使しているにも関わらず、針も読めなければ、現在時刻もわからないという"奇妙な時計"が生まれている。それこそが「ビザールウォッチ」。誰もが忙しく暮らすスマートフォン時代に現れた、時間を豊かに楽しむための"最高の贅沢品"である。

嗜好品ライター
篠田哲生
SHINODA Tetsuo

1975年、千葉県出身。時計に携わるようになって15年、スイス取材歴は13年。時計学校も修了し、時計も身銭主義を貫く実践派。

MB&F + L' Epée 1839

Octpod

遊星からの物体X

現代のクロック(置時計)は、実家の片隅の置いてあった家具調のモノや
ベッドサイドの目覚まし時計、あるいは大企業の応接間にあるタイプなど要するに古臭くて、
別段食指をそそる時計ではないというイメージだろう。
だがそのイメージは、今回の時計で完全に打ち砕かれるに違いない。

BIZ

いま最も自由なのはクロックである!

太陽の動きや水の流れを利用して時間を計測し、時計が機械仕掛けになったのは13世紀のヨーロッパとされる。主な用途は教会のミサの時間を周囲の住民に知らせるためであり、教会に時計塔を作って、鐘(クロッシュ)を鳴らしていた。このクロッシュという言葉が転じて、時計のことをクロックと呼ぶようになったらしい。

クロックのメカニズムは、錘が重力に引っ張られて下に降りようする力を動力源として歯車を回転させ、均等に揺れる振り子を使って、その回転速度を制御していた。このメカニズムが徐々に小型化され、懐中時計や腕時計へと進化をしていった。つまり置時計は、現代の腕時計にとっては"祖父"のような存在なのだ。では、いかにも退屈そうに聞こえる"祖父の時計"がどうしてビザールなのか? それは時計業界屈指のヤバい技巧派がコラボレーションをしているからだ。

時計業界の有名人の無茶をクロックメーカーが受け止める

見るからに普通じゃないクロック「オクトポッド」は、2005年に創業した新進気鋭の時計ブランド「MB&F」がコンセプトを作った。創業者のマキシミリアン・ブッサーは、高級宝飾時計ブランドで辣腕をふるったあとに独立した時計業界の超有名人。3次元ケースの複雑機構を軸とした時計は、他の追随を許さぬ独自性がある。

彼らの創造力は腕時計だけにとどまらず、クロックを含めた精密なオブジェでも発揮された。2013年にはオルゴールメーカーと組んで宇宙船型のオルゴールを製作し、その後もロボット型

メカニズム部分を透明のガラスプレートで支えているため、まるで宙に浮遊しているような姿に。大きな分針の上に、精密なメカニズムが乗っている。

ARRE
WATCH

MB&F + L'Epée 1839
オクトポッド
予価：5,550,000円

手巻き、SS×ニッケル×パラジウムメッキを施した真鍮、長さ28㎝×高さ28㎝（立った状態）、長さ45㎝×高さ22㎝（かがんだ状態）。
㈱ムラキ(レペ)
☎03-3273-0321
https://www.muraki-ltd.co.jp/watch/clock/lepee/

視認性　：☆☆☆
メカニズム：☆☆☆☆
コンセプト：☆☆☆☆☆
プライス　：☆☆☆☆

やロケット型の置時計を製作。その美し過ぎる造形美で、マニアックな時計愛好家たちから称賛されている。

MB&Fがタッグを組んでいるのが1839年に創業した「レペ」だ。オルゴール(実はスイスの時計職人が発祥なんだそう)や時計パーツの製造から始まり、現在はスイス唯一の高級クロックメーカーである同社が、ＭＢ＆Ｆの奔放な創造力を受け止め、美しいクロックへと作り上げるのだ。

タコだけに8本脚で8日間駆動のこだわり!?

「オクトポッド」のテーマは、もちろん"タコ"。球体の頭の中に時計機構が入っており、その頭を支える8本の脚は、自由に稼働するため斜めになった場所でも設置可能になっている。この時計はデザインだけが魅力ではない。斜めに置いても表示がきれいに見える角度を保つように、メカニズムをジンバルという回転台に乗せて角度を一定に保っている。

しかも巨大な分針の上に脱進機＆テンプという重要パーツが乗っており、ここが60分で一周することで重力の影響をキャンセルする仕組みになっている。そのため、どんなポーズをとらせても時計の精度が安定するという、極めて秀逸なメカニズムを採用。しかもゼンマイの連続駆動時間は、タコの脚の数に合わせて８日間にしているのも面白い。

現在の時計業界は腕時計が主流であり、懐中時計はマニアのためのモノ。そして置時計は、どちらかといえばインテリアアイテムとして扱われている。しかしMB&F×レペという、超個性派コラボレーションによって、クロックでも精密なメカニズムを楽しみ、美しいデザインも堪能できるようになった。しかもこの圧倒的なビジュアルならリビングや書斎の主役にもなれる逸材であり、現代アートにも似た不思議議な存在感と魅力がある。このクロックは、"時計を超えた価値"を持ったビザールクロックなのである。

例えばリビングに置いてみると、その普通じゃない存在感とインパクトに驚かされる。しかしながら、時計文化を継承する優れた時計でもあるのだ。

8本の脚はそれぞれに動くので、様々なポーズをとらせることが可能。球体の頭が傾いても、ジンバルのおかげでメカニズムは理想的な角度を保つ。

BALMUDA
BALMUDA The Light
価格：3万7000円

子どもの目に理想的なだけでなく
親の心も明るくしてくれる
そんなデスクライトです！

川端由美の海外オートショーレポート

FRANKFURT Motor Show 2019

Yumi Kawabata

Overseas
Auto Show Report

Vol.2

【 フランクフルト モーターショー 】

奇数年に隔年開催されるフランクフルト・モーターショーは、今回で68回目を数える。過去には発表される新車にすべて試乗ができたが、現在はシミュレータやVRなども取り入れられている。

ドイツメーカーの
絶対負けられない戦いと
中国メーカーのEVで猛追する勢いと

そりゃあ、もう、とにかく広い。今から十数年前、初めてドイツのモーターショーの取材に行くとき、編集者の先輩から「スーツは着た方がいいけれど、できれば運動靴を履いた方がいい」と教えてもらった。いくら先輩の忠告とはいえ、エグゼクティブのインタビューをするのにスーツに運動靴はちょっと……と思って、ヒールを履いて闊歩した結果、マメを潰して大後悔したことを思い出す。

懸命な読者ならすでにご存知の通り、最近の流れとして、モーターショー全体が低迷してるのも事実だ。ただし、いくら縮小したとはいえ、元々が広大なフランクフルトモーターショーでは、いまだにフォルクスワーゲン・グループやダイムラーはビルを丸ごと一棟占拠している。会場のど真ん中に電車の駅が存在していたり、シャトルバスで会場内を移動するなど、とにかく広い。“世界最大のモーターショー”の称号はオート・チャイナに剥奪されたし、今年はトヨタが出展しないと宣言したり、フランクフルトモーターショーの凋落が叫ばれてはいたが、今もって自動車大国ドイツであることを伝えるには十分な内容だった。

モータージャーナリスト
川端由美 KAWABATA Yumi

自動車評論家／環境ジャーナリスト。自動車の環境問題と新技術を中心執筆するほか、海外の展示会取材も積極的に行う国際派。エンジニア、女性、自動車ジャーナリストと いったハイブリッドな視点でリポートを展開する。国土交通省・有識者委員、同・独法評価委員会委員、環境省・有識者委員、警察庁・有識者委員、内閣府・有識者委員、内閣官房・有識者委員などを歴任。

Yumi Kawabata
Overseas Auto Show Report

ポルシェといえば「911」ではない ピュアEV「タイカン」の登場

Porsche TAYCAN

最大の話題は、なんといってもポルシェが放つ初のピュアEVである「タイカン」の発表だ。読者諸氏もご存知の通り、ポルシェといえば、「911」に代表されるスポーツカー・メーカーである。日本では、山口百恵さんの名曲の影響もあって、筆者の田舎の母までもが"スポーツカーの代名詞"として、ポルシェの社名を知っている。しかも、クルマ好きならご存知の通り、大出力の水平対向エンジンをリアに積んで後輪を駆動する独特のレイアウトも、ポルシェの真骨頂である。

しかし、だ。「タイカン」には水平対向どころか、内燃機関の影は一切ない。その代わり、前後に大出力の電気モーターを配置し、総合で500(ターボ)～560kw(ターボS)もの大出力を発揮し、四輪を駆動する。ピュアEVゆえに"エコカー"ではあるが、最高速は259km/hに達し、"スローカー"ではない。93.4kWhのリチウムイオン電池を搭載し、巡行距離は412km(Turbo S)～449km(ターボ)を担保する。生産されるのはポルシェの頭脳が集約するツッフェンハウゼン工場である。同社では、「タイカン」を始めとする電動化の生産に10億ドル以上を投資する方針だ。

「ミッションE」として発表されたコンセプトカーの段階から、日常での使い勝手を意識して4ドアを採用し、エコカーにふさわしいシンプルなフロント・フェイスを与えられているものの、リアスタイルは「911」とも共通する水平基調のラインを強調することで、ポルシェ・ファミリーの一員であることをアピールしている。インテリアには伝統的な5眼メーターを採用すると同時に、スマホと電動したり、最新のコネクテッドシステムも搭載する。

4年前のフランクフルト・ショーでピュアEVのコンセプトカーを登場させて以降、待ちに待ったポルシェ初の市販EVとなる「タイカン」。トルコ語で仔馬を意味するが、スペックを見る限りはダービースター級の俊足ぶりだ。1万6000回転もの高回転域まで回る電気モーターに変速機を組み焦ることにより、0-100km/h加速はターボが3.2秒、ターボSは2.8秒に達する。最高速度は共に260km/hでリミッターが設定される。

Yumi Kawabata
Overseas Auto Show Report

デジタル体験をメインに据えたダイムラーの技術牽引役たる決意

Mercedes-Benz

EQS

次世代のラグジュアリーカーの技術を牽引する役割を担うとされるコンセプト「EQS」。

ポルシェに限らず、時代は着実に変わってきていることを伝えるのが、メルセデス・ベンツを要するダイムラーの展示だった。全体の面積のうち、車両を展示するエリアを1/4に抑えて、3/4に当たる広大な敷地をデジタルを体験するエリアとして確保していた。ダイムラーは、プレスカンファレンスも奮っていた。新社長に就任したオーラ・ケレニウス氏の登壇が話題になったのだが、特に環境対応の高い目標には度肝を抜かれた。なにしろ、「2039年には全新型車でカーボンニュートラルを達成する」というのだ。

何が凄いかって？　つまり、内燃機関のクルマを発明したダイムラーのCEO自らが「そう遠くない将来、排ガスを出すようなエンジンはなくなる」と言ってるワケだ。そのためには、2020年までに20車種以上のPHEVまたはEVを市場に投入し、2030年までに販売台数の半数を電動車にすることを目標に掲げる。欧州では2022年までに"カーボンニュートラル"な新車を生産し、なんと(！)電池工場まで"カーボンニュートラル"を目指すという。

カーボンニュートラルとは、「二酸化炭素を排出しない」あるいは「どこかの工程で排出しても、その分だけ別の工程で吸収する」ことを意味する。電池を作るにしても、自動車を組み立てるにしても、モノを作るには電気が必要で、原子力発電が下火になりつつある今、化石燃料を燃やす火力発電もまだまだ存在するわけえ、世の中すべてがエコなエネルギーで動いているとは限らない。

それでもあえて、メルセデス・ベンツが挑むのには理由がある。内燃機関で走るクルマを発明したという自負もあって、今回、モーターショーで発表したコンセプト「ヴィジョンEQS」を自社のみならず、自動車分野における"先進技術のけん引役"と考えているからだ。

「ビジョンEQS」では、新開発のEV専用プラットフォームを採用している点が新しい。ホイールベースや電池の搭載量を変更できるため、ミッドサイズからフルサイズまで柔軟に対応できる。「ビジョンEQS」では、350kW／760Nmの大出力を発揮する電気モーターを前後の車軸上に搭載しており、停車した状態から100km/hまでをわずか4.5秒で加速する俊速ぶりだ。約100kWhもの大容量電池を搭載し、約700km(WLTPモード)の巡航距離を誇る。さらにダイムラーは、自社でリチウムイオン電池のパッケージングを行う子会社として、ドイチェアキュモーティブ社を擁している。電動化だけではなく、レベル3に対応する自動運転の機能も搭載する。

自動運転の機能を搭載したテスト車「ESF2019」は、「GLE」をベースにプラグイン・ハイブリッド機構を搭載。ESF＝エクスペリメンタル・セーフティ・ビークル(安全実験車)の略で、同社では70年代から安全実験車を試作し、テストを繰り返してきた。完全自動運転モードでは、ステアリングホイールを収納する。万が一の事故の際には、小型ロボットが現れて、救助をサポートする。

Yumi Kawabata

Overseas Auto Show Report

2028年までに全70モデルのEV発売する フォルクスワーゲン

全体が縮小したとはいえ、フォルクスワーゲンはむしろ“ネタだく”だった。最大の目玉は、EV専用プラットフォームを採用した初の市販車「ID.3」の発表だろう。2019年11月には東ドイツに新設されたツヴィッカウ工場で生産開始する。

フォルクスワーゲンが電動化に大きく舵を切った理由は、当然ながら、自らが起こしたディーゼル・ゲートと呼ばれる排ガス不正問題に端を発している。当時の経営陣はほとんどが退任しているものの、いまだに当局による訴追は続いている。

フランクフルトモーターショーで取材した直後に、現会長であるヘルベルト・ディース氏までもがドイツ地方検察庁による訴追を受けたとして、大きな話題になったことは記憶に新しい。公開情報が少ない現状で結論を急ぐのは得策ではないが、問題が発覚したのがちょうど2年前のフランクフルトモーターショーの取材直後であり、ディース氏はBMWから移籍してきてまだ半年足らずだった。個人的な意見だが、ドイツ車メーカーの中でも特にBMWはコンプライアンスの意識が高い上に、時期的にディース氏が問題発覚前に自己の利益を重視して情報操作を図るとは考えにくい。

この辺で、話を元に戻そう。フォルクスワーゲンの排ガス不正問題は電動化を加速したものの、全体として、排ガスや二酸化炭素の排出量を下げる方針に変わりはない。実際、EU委員会は、自動車の排ガスのみならず、製造、廃棄、再利用などを含めたライフサイクルを一気通貫で検討する方針を掲げている。2025年以降にはさらに厳しい排ガス規制である「ポストユーロ7」が実施される可能性が高く、新しい燃費規制であるWLTPモードとの相乗効果もあって、とにかく排ガスも二酸化炭素も極端に少ないクルマを作らなければならないのだ。

その実現に向けて、フォルクスワーゲンでは、2028年までに約70機種のEVを発売し、累積で2200万台を販売する方針だ。ダイムラーのように電池を自社製とはしないが、スウェーデンのリチウムイオン電池スタートアップであるノースボルトに投資をしている。ノースボルトとは、合弁で旧東ドイツのザクセン工場を新設することが決まっている。フォルクスワーゲンは2030年までに25%に当たる300万台をEV化すると目論んでおり、その時必要な電池の量はなんと150GWhと大量だ。ちなみに、テスラがパナソニックと合弁で設立したギアファクトリーの生産量が35GWhと聞けば、いかに大量のリチウムイオン電池が必要になるかわかるだろう。

フォルクスワーゲンでは、EV専用プラットフォーム「MQB」をベースにした「ID.3」は、ゴルフ・クラスのボディサイズながら、室内は人クラス上のセダン「パサート」並みの広さを誇る。すでに3万3000台のプレオーダーを得ているという好評ぶりだ。

Volkswagen AG

ID.3

Overseas Auto Show Report

Audi

e-tron

アウディはEVブランド「e-tron」をBMWはSUVをいよいよPHEV化

今回は少々大人しめだったが、フォルクスワーゲングループの技術の牽引役であるアウディもまた電動化に向けて大きく動き出している。2019年3月のジュネーブ・ショーで一足先にEVブランドの「e-tron」を発表。EV専用プラットフォームを使って、2025年までに20車種以上のEVとPHEVを投入する計画を発表した。同社の1/3に当たる80万台のEV/PHEVを販売する目標にも度肝を抜かれた。「e-tron」シリーズのSUVは、ベルギー・ブラッセル工場で生産される。永久磁石を使わない誘導モーターはハンガリー工場で内製する方針だ。

BMWも、VWと同じくノースボルトに投資をしている。ショーに先立って、"#NEXTGENNEXT"と銘打った個別の発表イベントを実施しており、2023年までの発表される25機種で電動化を推進すると宣言している。具体的には、主力の「3シリーズ」セダンPHEVが追加される。

大型セダンの「7シリーズ」、SUVの「X5」と「X3」にPHEVが用意される。5シリーズ」と「2シリーズ・アクティブツアラー」には、新世代PHEV技術を採用して、EV走行の距離を延長する。そして、「3シリーズ・ツーリング」と小型SUV「X1」にPHEVを設定する予定だ。

「将来のパワートレイン戦略は非常にシンプルです。ディーゼル、ガソリン、48V、PHV、EVと幅広いパワトレに対応できるように製造ラインに投資しています。顧客の望みに沿って、需要が変化することに対応できます。エンジニアリングや部品メーカーも変わりますが、電動化や自動化などの新しい技術開発を行って、常に競争力を養うことは、BMWだけではなく、どの企業にも必要なことでしょう」現状、BMWの年間生産台数である230万台のうち、電動モビリティはまだ15万台に過ぎません。しかしながら、その需要は伸びていき、2025年には30%程度まで普及し、10年後には内燃機関は影を潜めるでしょう」と、次世代コンセプトの開発を担当するユルゲン・グルトナー氏はいう。

向かって左が次世代EVのコンセプトカーとなる「ヴィジョンiNEXT」。BMWの特徴でもあるキドニーグリルは3Dプリンタを駆使して作られている。Hi BMWと呼びかけると立ち上がるインテリジェントアシストが搭載される。中央は、垂直になったキドニーグリルが話題になった新型「4シリーズ」のコンセプトだ。「ヴィジョン M ネクスト」は、同社のインハウス・チューナーである「M」の未来を表現したコンセプトで、最高速300km/hを発揮するPHVとなる。今回、お話をうかがったのは、expert for our Fuel Cell Electric Vehicle ConceptのDr. Jürgen Guldnerさん。

日本勢唯一出展したホンダは町乗り重視の楽しいEV

Honda

Honda e

ホンダ初の市販EVとなる「Honda e」の開発チームを率いる人見さんは、ホンダの売れ筋コンパクトカーを手がけた経歴の持ち主。その人見さんから「AIの育ての親」と紹介されたのが、安藝未来さんだ。電動モビリティというだけではなく、AIを搭載したフルコネクテッドもセリングポイントのひとつ。

日本車メーカーでは、唯一、出展したのがホンダである。初の市販EVとなる「Honda e」を発表してくれたおかげで、なんとか自動車大国ニッポンのプレゼンスを主張できたことには、一人の日本人としてホッと胸をなでおろした。100kWまたは113kW ／ 315Nmを生むパワフルな電動モーターを採用…といったスペックを語るより、このクルマが開発された背景にある思いを伝える方が有意義だろう。

「一回の充電で走れる距離を約220kmに割り切って、リチウムイオン電池の容量を35.5kWhに抑えることで、この走行距離での用途に向いた車両を開発するという発想に切り替えることができたんです」と、開発の陣頭指揮役のLPLを務める人見康平氏はいう。「フィット」や「N-WGN」といったホンダを代表するヒット作を生んだLPLなのだが、「Honda e」ではこれまでになくワクワクするクルマ作りに取り組めたという。

「コケることができない売れ筋モデルの開発をしていたときには、やっぱり慎重になっていたんだと思います。このクルマでは、若い人が限界を超えることができるような開発環境を作るのも私の仕事でした」(人見氏)

価格は約3万ユーロと決して安くはないが、EVとしてはかなりお手頃とも言える。さらに言えば、実用的なコンパクトカーでもなく、俊足を謳うスポーツカーでもなく、200km走るクルマでどんなクルマの楽しさを提供できるのか？　と考え抜いた上で、町乗りで楽しいクルマを作る！　と、目的をはっきりさせたことが奏功して、明確なコンセプトのあるモデルになったと言える。いい意味で”ホンダらしい“ワクワクするクルマと言っていい。

話題のBYTONは2021欧州上陸宣言
自動車大国=中国の代表格になれるか!?

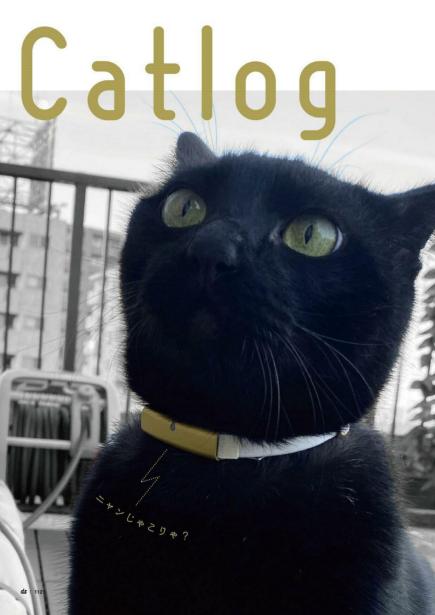
日本勢の撤退とコントラストするかのように、中国車メーカーの進出が目立った。その中でも、BYTONは2021年に欧州での販売を開始すると宣言した。近々、5億ドルの出資をまとめる予定で、すでに中国最古の自動車メーカーである第一汽車と南京政府系ファンドを含むシリーズCを達成する見込みだ。

中国のモノ作りと聞くと、品質や納期を案じる声もあるだろう。しかしながら、創業者のうち、プレジデントを務めるDaniel Kirchert氏は、元インフィニティでマーケティング担当の役員だったドイツ人だ。創業メンバーには、元BMWで電動モビリティを牽引してきた人物や、ダイムラーでモビリティサービスを構築していた人物なども含まれる。「モノづくり神話」がドイツや日本の十八番と思っていると、うっかり足元をすくわれかねない。残念ながら香港のデモへの対応のため、中国政府の要人の来訪が叶わなくなり、記者発表は中止となったが、フランクフルトショーではドイツと中国の共同開発の強化が発表される予定だったのだ。

自動車大国=経済大国だった時代は、すでに幕を閉じかけている。もちろん、ピカピカの新車が並ぶことがモーターショーの楽しみという時代ではなくなっているのも、事実だ。しかしながら、フランクフルト・ショーでは、自動車、さらにはモビリティの未来を見せるだけではなく、体験させてようとする努力が垣間見れた。

あまりの混雑ぶりに、アンベールの模様を写真に収めることが難しかった。49インチの巨大ディスプレイが室内に備わり、後席にもそれぞれモニターが設置される。

BYTON

M-Byte

Catlog
ニャンじゃこりゃ？

お猫さまの日常を見守りたい貴方にハイテク首輪

家族を見守るためのIoTデバイスはいろいろな種類のモノが出てきていますが、家族っていったらお猫さまも忘れちゃならねえ!と拳を振り上げちゃうお父さまお母さまがたそしてお猫さまの下僕さま。ご安心なされよ。各種センサーを組み込み、スマートフォンでお猫さまの日常を見守れる「Catlog」がありますから!

text by 武者良太

武者良太
MUSHA Ryota

オーディオ機器からデジタルグッズ、ITビジネスなどまで、ガジェット市場を取り巻く周辺領域も含めて幅広く取材・執筆する。

ニャー

ネコ好きのエンジニャさんたちが作り上げたハイテク首輪

2018年末、日本のクラウドファンディングmakuakeでおもしろいガジェットのプロジェクトがスタートしました。「Catlog」と名付けられたそれはその名のとおり、猫のログを取るためのもの。首輪スタイルで常に猫の動きをセンシングしながら、一定時間おきに収録したデータをスマートフォンのアプリにプッシュ通知する猫用活動量計です。

クラウドファンディングは、当初の目標の1523%もの資金を調達するという見事なゴールを決め、そして先日から公式ECサイトで一般販売もスタートしました。

で、いまTwitterなどで「Catlog、いいよね…」といった声が次々と報告されています。なぜか。

Catlog

お猫さまの日常を見守りたい貴方に ハイテク首輪

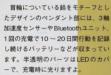
歩きました。走りました。くつろいでいました。寝ていました。ごはんを食べました。そういった行動内容に加えてイラストでも行動を教えてくれるので、そっかー、その時間のウチのコはすやすやしいたのねー。みたいに、脳内で幸せ補正がかかるんです。本当は寂しくて寝ていたのかもしれないけど、仕事に行っている間のコたちの様子が見られるって、ああ、いいなあ。

その通知の内容がカワイイのですよ。

ぐうかわ。おかわわわ。

開発版をお借りしたので使ってみたのですが、その様子を動画に撮ってTiktokに上げたら「おすすめ」で紹介されるなど注目度高い！「これ彼氏に使えますか?」とかちょっと怖いコメントも複数あったけど!

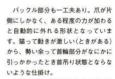
「Cat Centered Design」で お猫さまの負担にならない 形状・サイズ

首輪についている鈴をモチーフとしたデザインのペンダント部には、3軸加速度センサーやBluetoothユニット、1回の充電で10～20日間行動を記録し続けるバッテリーなどが収まっています。半透明のパーツはLEDのカバーで、充電時に光りますよ。

センシングの頻度を高めると消費電力が多くなりバッテリーの消耗速度が速まります。そこでCatlogは、装着している猫が活動状態のときは短いスパンでログをとり、寝ているときは長めのスパンでログをとるようにしているとのこと。

首の毛に直接触れる背面は無塗装。キャットタワーを駆け上るなどのアクションを見せてもスムースに動くよう、角を落とし丸みを帯びた形状ですね。

Catlog

お猫さまの日常を見守りたい貴方にハイテク首輪

バックル部分も一工夫あり。爪が片側にしかなく、ある程度の力が加わると自動的に外れる形状となっています。猫って動きが激しい(ときがある)から、勢い余って首輪部分がなにかに引っかかったとき首吊り状態とならないような仕掛け。

人間用活動量計と比較しても薄い仕上がり。これは猫が下を向いてもヒゲがあたらないようになっているそうな。またBluetoothユニットは猫の可聴範囲を考慮した上で、極力ノイズが出ないものを選んだそうです。猫の負担とならないことを第一に考えた作りとなっているのですね。

再充電もカンタン。Homeという付属の充電ボックスに巻きつけるだけでOK。このHomeは通信ユニットともなっており、定期的にCatlogのペンダントからデータを受け取り、オンライン上のサーバーを経由して飼い主のスマートフォンに通知を行います。

このHomeには温度センサーが入っており、室内の温度を飼い主に教えてくれる役割も果たします。

充電後はCatlogのペンダント部が熱を持っているため、冷めるまで充電完了のアナウンスをしないというのもポイント。どこまでも大事なのはお猫さま、というわけですね。

一族揃って、
サークルまるごとで
1匹のお猫さまを見守れる

7:44

Catlogをもっと便利に

おすすめ

猫バカプラン
¥580/月

みまもり機能

今日の猫	あり
猫日誌	無制限
猫グラフ	無制限

付加機能

飼い主追加	あり
行動ラベル追加(Coming soon)	あり

※猫バカなあなたのため、今後機能拡大予定です

選択

みまもりプラン
¥380/月

みまもり機能

今日の猫	あり
猫日誌	前日のみ

Catlogには3つのプランが用意されています。無料の「プチみまもりプラン」は、その日の猫の行動チェック、猫日誌という前日の行動まとめ閲覧、当日を含む1週間の猫グラフにアクセスが可能です。月380円の「みまもりプラン」はさあに、飼い主追加機能と、今後提供予定の追加行動ラベルの利用が可能。月580円の「猫バカプラン」は猫日誌・猫グラフが無制限になり、飼い主追加・行動ラベル追加に加えて、他猫比較機能も使えるようになるとか。

で、ですね。

この飼い主追加機能がいいんですよ。これ、複数の端末、複数のCatlogアプリに行動を通知してくれるって機能ですから。たとえば実家にいる猫の「ご飯おいしい」「ねむねむ」を、遠く離れた場所に住んでいても受け取れるようになるのですから。

行動ラベルの追加も期待大。Catlogを開発したRABOでは、分類の種類と精度をあげるためのデータの取得と解析を進めており、今後は「嘔吐」や「ジャンプ」といった行動のログも取れるようになるかもしれないとのこと。多くの人、多くの猫がCatlogを使えば使うほど多くのデータが集まるので、普及すればするほど行動ラベルが増えるというなら…入っちゃいますよね、有料プランに。

しかも取得したデータは獣医師に伝える機能も考慮しているそうです。

気になるお値段はCatlogのペンダントとHomeをあわせた基本セットが1万4800円(税抜)。多頭飼いの方向けの追加ペンダントは9800円となっています。一般販売を開始したばかりなのですが、なんでも初期ロットの在庫がもう数少ないとか…。お猫さまのお父さま、お母さま、そして下僕さま。急ぐしかかりませんよ!

リファレンス・スマホな
iPhone 11 Proで
超広角カメラの
楽しさに目覚めそう

iPhone 11 Pro

2019年10月を機に消費税が上がり、スマートフォンの割引額の上限が設定され、いままでのようにお安く手に入れることができなくなってしまった新iPhone。しかし使ってみるとこれがいいんです。スペックを1つ1つ見ていくと、極みにチャレンジしているのはAndroid勢だということがわかるのですが、OS・ソフトウェアを含めた「最新スマホで何ができるか」の基準点を作るのは新型iPhoneだと思えてくるのです。

text by 武者良太

武者良太
MUSHA Ryota

オーディオ機器からデジタルグッズ、ITビジネスなどまで、ガジェット市場を取り巻く周辺領域も含めて幅広く取材・執筆する。

iPhone 11

Pro

広角カメラ＋超広角カメラのiPhone 11 でもいいと思うけどiPhone 11 Pro を買った理由はズバリ、カラーです

9月にアップルから発売されたiPhone 11、iPhone 11 Pro、iPhone 11 Pro Max。それぞれの違いをカンタンに表すと、iPhone 11は広角カメラ・超広角カメラのデュアルカメラで、6.1インチの液晶ディスプレイを持つモデル。iPhone 11 Proは5.8インチの有機ELディスプレイ、iPhone 11 Pro Maxは6.5インチの有機ELディスプレイで、広角カメラ・望遠カメラ・超広角カメラのトリプルカメラ搭載機となります。

サイズでいくとiPhone 11 Pro Max＞iPhone 11＞iPhone 11 Proの順になりますが、ディスプレイの大きさ＝ボディの大きさで順位が決まらないのがデジタルガジェットの常。精細で発色もいいし、三つ目カメラの存在によってPro系のほうが上位の存在。無印なiPhone 11は、あくまでベーシックモデルという位置づけとなります。

でもね。搭載されるプロセッサはA13 Bionicで同じ。RAM容量も4GBで同じ。何かしらの作業をさせるなら処理速度は同じ。

動画や写真の色味を厳密にチェックするために使うわけではないし、だったらiPhone 11でいいじゃない。と思っていました僕も。でもヨドバシカメラを出たときに手にしていたのはiPhone 11 Proでした。

だって新色のミッドナイトグリーンが、iPhone 11 ProとiPhone 11 Pro Maxにしか設定されていないんだもん！　改めてミリタリーテイストのブームがきていますが、そこに合わせたかのような新色がほしかったんだもん！

#GoProがある生活に続く超広角ブームがやってくるか

油分をもった指紋汚れもパッと拭き取れて、防水、防塵力の高まったボディ。ハイパワーゆえに4K動画の撮影・編集も楽にこなせるプロセッサ。向上したバッテリーの持ち時間。などなど、「最新のiPhoneは最良のiPhone」と言ってしまえるほど、iPhone 11 Proのデキは素晴らしい。

のですが。

いちばんハデでわかりやすい「何ができるのか」を突き詰めると、やはりフルサイズ換算13mmの超広角カメラの存在に行き着きます。

眼前の世界をぎゅっと押し込める超広角の画角の世界。#GoProのある生活 ハッシュタグ、すなわちGoProを日常を捉える超広角カメラとして使うカルチャーは日本発祥のムーブメントですが、同じような写真がスマートフォン単体でも撮れるようになったんです。撮影後すぐSNSにシェアできるんです。

超広角はトレンドですが
iPhone が導入したから
一般の人にも浸透します

iPhone 11

Pr

実のところAndroidだって負けてない…というか、先取りしていた感。HuaweiのP30 Lite、P30が17mm、ソニーのXperia 1、HuaweiのP30 Pro、OPPOのReno 10x Zoomが16mm、そしてサムスンのGALAXY S10+が13mmの超広角カメラを搭載しており、超広角がスマホ界全体を巻き込むトレンドとなっているのがわかります。

GoProが作ったカルチャーにAndroid勢が乗り込んできて、iPhoneもその領域をカバー。という流れになりますが、主観視点での観測結果からiPhone 11が登場してから「超広角すごい！」なノリがFacebookやTwitter界隈で生まれてきているようで、日本におけるiPhoneの存在感の強さを改めて実感。

ナイトモードが搭載された結果、夜景撮影力も高くなっているんですよ。複数枚の写真を組み合わせているために走るクルマなどを画角内に入れると長時間露光のように光の軌跡が残りますが、手持ちで撮ったとは思えないほど背景の東京駅やビル群をシャープに切り取ってますよね。

超広角にするとナイトモードのような合成はなくなり、暗い場所では細部の鮮明さもなくなりますが、スマートフォンの画面で見る限り問題ないような気がして。それ以上に「東京駅前の広場ってこんなに広かったっけ!?」と、脳がバグるほど広大に見えませんか？

複数枚組み合わせる
ナイトモードは
かなり鮮明に切り取れます

テーブルフォトを撮るなら
絶対に iPhone 11 Pro が
欲しい

でも望遠カメラがいらなかったら iPhone 11でいいと思う

前述したように、僕は欲しいボディカラーがあったからiPhone 11 Proをチョイスしました。しかし「新しいiPhoneを買うならどれがいい？」と相談されたら、「テーブルフォトを撮らないならiPhone 11でいいと思うよ」と答えます。

iPhone 11 Pro/iPhone 11 Pro Maxの望遠カメラはよいものです。でも誰もが一歩踏み込んだような写真を撮りたいわけじゃない。

iPhone XRと同様に、iPhone 11でも広角カメラで背景をボカすポートレートモードが使えることですし、日常を捉えるのであればiPhone 11でも十分。価格もiPhone 11 Proは11万7480円から（64GB/Apple Store価格）ですが、iPhone 11は同じ条件で8万2280円からとなっていますし。

年賀状目的じゃなくても使いたくなるお手軽プリンター

PIXUS TS5330

**自宅で印刷する機会が減ってきた昨今ですが、
それでもインク数が少ないベーシックモデルでいいから、
プリンタは一家に1台あると便利です。
この秋新作の「PIXUS TS5330」はいかがですか。
スキャナ、コピーの機能もついて、お値段1万2000円前後ですよ。**

text by 武者良太

武者良太
MUSHA Ryota

オーディオ機器からデジタルグッズ、ITビジネスなどまで、ガジェット市場を取り巻く周辺領域も含めて幅広く取材・執筆する。

秋のガジェットといったらプリンター

秋真っ盛りの10月。この季節となると、みなさまはなにを思い浮かべますか？　夜が過ごしやすくなったから読書の秋、実りがあるから食欲の秋、涼しくなってきたからスポーツの秋というように、実は多種多様な過ごし方・楽しみ方ができるシーズンでもあるんですよね。

山が紅に染まり、広々とした海の空のカラーリングも深まっていく。写真や写生目的の旅行もいいかも。JR東日本が販売している週末パスなどお得な鉄道のきっぷを利用して、ゆっくりとした車窓の旅も悪くない。食欲の秋と合わせて、LCCで全国各地にひとっ飛びという手もありますな。

そんな秋ではありますが、デジモノの方面に目を向けるとこの季節にこそニューモデルが登場するジャンルがあります。それはプリンター。まだまだ秋は続くとはいっても、そろそろ暮れのことも考えていかねばならぬ時期であり、年賀状シーズンに向けてのプリンターの新作が登場してきます。

プリンターってそうそう買い換えるものではありませんし、世の中は確実にペーパーレス社会に向かっている。10年後にはあまり使わないアイテムとなっていくのかもしれませんが、あると便利だし遊べるガジェットなんですよ。

個人的なオススメの遊び方は、連写で撮った写真のなかから喜怒哀楽・序破急を感じさせる数枚をピックアップしてプリントすること。1枚1枚をスマートフォン、またはパソコンやテレビに映し出して見るのと違って、並べて見るからこその楽しさがあるんです。

もし。いま。おうちにプリンターがないのであれば。今季のキヤノンプリンタから選んでみませんか。豊作なんですよコレが。

スマホフレンドリーなエントリーモデル

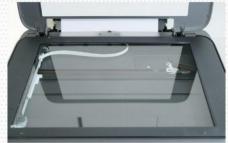
2019年秋のキヤノンプリンタ秋の新作は、データ転送も印刷もハイスピードで色のノリもいい「PIXUS XK60」や、写真も文字印刷もシャープでキレイな「PIXUS TS8330」などがありますが、イチオシはベーシックモデルの「PIXUS TS5330」(以下TS5330)。他のモデルもそうなんですけど、このモデルは実勢価格1万2000円前後とリーズナブルで、かつスマートフォンとの連携力に秀でているのです。

スマートフォンからすぐ、お手軽にプリントできるプリンター。面倒くさい、と感じる部分を極力排除している。

アプリのレスポンスが速く、また表記もわかりやすい。はじめてネットワークプリンタを使う人でも迷うことがすくないはず。

スマートフォンのローカルフォルダに保存されている写真をワイヤレスプリント、なんてのはもう当たり前。LINEやメッセンジャーの画面から写真を送ってプリント。FacebookやInstagramにある画像を選んでプリント。Google DriveやDropboxにある画像をプリント。写真がどこに保存されているのかを問わず、思い立ったそのときにスマートフォンで写真を選んで即ビッグなA4サイズで印刷できる喜び。モノにおけるスマホ世代ってこういうことよね。

なおAndroidの場合、LINEは2019年12月から、メッセンジャーは現時点で非対応とのことなので、スマホ格差を感じなくもないのですが。

また2019年11月には、パーティグッズやペーパークラフトが作れる「Creative Parkアプリ」もリリース予定とのこと。誕生日、クリスマス、正月…はあまり飾り付けをしないかもだけど、パーティを盛り上げる小道具やインテリアを作れるのもいいじゃないですか。

安いからとって侮ってはダメ。コイツ、スキャナ機能もあるし読み取った書面をそのままプリントするコピー機能も備えている複合機なのだから。

ディスプレイサイズは小さいが、表示は見やすいし、セッティングやトラブルシューティング、メンテナンスの方法はスマートフォンでオンラインマニュアルを見て調べられるよう、アクセス用のQRコードが表示される。

年賀状目的じゃなくても使いたくなる
お手軽プリンター

PIXUS TS5330

操作がわからないときはQRコードをスマホで読み取れ

面白いのが、本体のディスプレイに操作方法を教えてくれるQRコードが表示されるとこ。スマホのカメラアプリで読み取ると、オンラインマニュアルにアクセスして該当するページが表示されます。

従来はプリンターに大きなディスプレイを搭載して、そこで操作方法を解説するプリンターもありましたが、せっかく手元にスマートフォンがあるのだもの。そっちの画面を使わない手はないよね。という開発陣の強い意思が感じられます。

この判断はウェルカムだしグッジョブ。プリンタのような製品のディスプレイにもタッチパネルが搭載されて久しいですが、軍手やグローブをつけての操作も考慮してなのか、静電式じゃなくて感圧式だったりするんですよね。オフィス向けのプリンターならまだしも、自宅用だったらサラッと操作できる静電式のほうがいいはずなのに。その点、近年のPIXUSシリーズは静電式だったのでありがたかった。

肝心の写真のプリント画質は、決して優れたものではありません。でも納得できるレベルであることは確か。もっと色鮮かやにプリントしたいなら上位機種を選べばいいだけなので、リーズナブルなTS5330にするか、カラフルな上位機種にするかの選択肢があると考えていいでしょう。

手書きができるペーパーレスノート QUADERNO

【クアデルノ】

待望の「macOS版」、パソコン用アプリに対応 使いやすさが向上した!

富士通クライアントコンピューティング
電子ペーパー クアデルノ
実勢価格:4万9800円(A5)
6万9800円(A4)
静電容量方式タッチパネルと専用スタイラスペンの組み合わせによって、本物の紙のような書き心地を追求した電子ペーパー。内蔵メモリーには、約1万ファイルのPDF(1ファイル1MB)を保管可能で、大量の資料を持ち歩くビジネスパーソンに最適な一台。

「"軽い"は正義」だ。IT全盛の昨今、バッグの中身はスマホやパソコンだけでなく、デジタルカメラやバッテリーなど山のようにデジタルガジェットが入っている。出張や旅行ともなれば、さらに荷物は増える。ひとつひとつは重くなくても、数が増えれば話は別。やはり移動時にストレスとなるものは、段々と持ち歩かなくなる。

富士通クライアントコンピューティングから登場した「クアデルノ」は、そんな心配などまるで関係ないと言わんばかりの軽さが特徴的だ。薄さ約5.9㎜、重さ約251g。片手でつまんで持ち上げられるこの軽量な電子ペーパーは、サッとバッグに潜ませておくだけで、スケジュール管理からアイデアメモまで何役もこなしてくれる。

今年の8月には待望のアップデートで「macOS」との連携も果たし、これでiPhone・Android両方のスマホに、Windowsまで全方位に連携が可能となった。

「書く」と「大量の資料を持ち運ぶ」ことに特化した「クアデルノ」だからこそ、デジタルに慣れすぎた現代人の脳にも刺激が得られる。手書き感というアナログのよさに、共有や連携といったデジタルの利点を加えた本機は、「macOS」に対応したことで、さらなる完成度が高まった。そこで具体的に何ができるのか、5つの魅力をピックアップ。

資料だらけで重いバッグにサヨナラできる、機能性の高さを見ていこう。

＼ こんなに便利 ／

「クアデルノ」が 魅力的な 5つの理由

軽くて、他のデバイスと連携し、長時間稼働する、紙のような書き心地を持ったアイデア帳の役割を持つ電子ペーパー。と、ひと口に電子ペーパーといっても、その多彩な機能性は伝わりにくい。そこで、5つの項目に分けて「クアデルノ」の魅力に触れていく。

1 | 軽さ

重さ約251g／薄さ約5.9mmだから荷物が多くても持ち運びしやすい

指でつまめる軽さは本当にノートのよう！

まず「クアデルノ」本体を手にして驚くのが、約251gというその軽さだ。雑誌1冊ほどの重量だから、バッグに入れておいても何ら負担にならない。電源ボタン、ホームボタンという2つと、micro USBコネクタだけというシンプルなデザインも好印象だ。

2 | 連携

macOSと連携して使える。他にもNFC搭載ならスマホをかざせばOK

PC・スマホと簡単にデータが共有できる

macOS対応になり、外出先でMacBookと連動させられるようになった。また、NFC搭載機なら本体をかざすだけでデータの送受信も。カフェで仕事のアイデアを思いついたら、「クアデルノ」に書き留め、スマホにサクッと送れば他の人間と共有もあっという間。

3 | 長時間

最長で約3週間稼働する長時間のバッテリーがもつ！

本体もペンも同じくUSB-Aで充電が可能

バッテリーは約5.5時間で満充電となるが、なんと最長で約3週間も稼働し続ける。スマホだけでなくスマートウォッチなど、最近は毎日毎日、何かしら充電しなければならないストレスがあるので、そういう心配がいらないのもうれしい。残電量はメニューで確認可能だ。

4 | 閃き

豊富なノートリフィルとマーケティングフレームなどのフォーマットも

多彩なデータを手書きで思うままに

プリインストールされているノートは8種類。他にも公式ホームページから無料でフォーマットをダウンロードでき、楽譜に使える五線譜からデイリー／マンスリー用の日記まで用意されている。また、「6W2H」などビジネス用リフィルも充実している。

5 | 書き味

5種類から選べる線の太さと色味を「青」と「赤」から選べる

筆跡補正で正確な書き味が反映される

スタートアップ時に筆跡の補正が行われるため、ペンの動きとが自分のズレを解消し、ズレのない線が書けるようになる。2種類の色、5種類の線幅、消しゴムも3種類と自在に書ける。直感的に書けて消せるので、電子ペーパーであることを意識せず使える。

［家電アーカイブス］
Home Appliance Archives

日本人のお尻を40年間キレイにしてきた温水洗浄便座の歴史

普及率は80％以上、複数人世帯に限ると一家に一台以上設置されている家電。
それが温水洗浄便座だ。温水洗浄便座の歴史は日本人のお尻をキレイにしてきた歴史でもある。
そして2019年はパナソニックの温水洗浄便座「ビューティ・トワレ」が登場して40周年だ。
今回は特徴的な歴代モデルを振り返るとともに、
「ビューティ・トワレ」の最新モデルについても紹介しよう。

text by コヤマタカヒロ

パナソニック株式会社アプライアンス社
トワレ電気暖房商品企画課
三木達也さん

デジタル&家電ライター
コヤマタカヒロ KOYAMA Takahiro

デジタル機器と家電の専門家としてPCからAV機器、白物家電に関する執筆活動を展開する。調理家電のための空間「コヤマキッチン」を用意。

1979年

パナソニック（当時ナショナル）初の温水洗浄便座が登場

パナソニック（当時ナショナル）が最初に温水洗浄便座を出したのがこの年。70年代の日本市場では介護商品であった温水洗浄便座が海外から輸入されて発売されており、上下水道の整備もされ国産品の発売が待たれていた。

「ナショナルは暖房器具を手掛けていたこともあり、60年代から暖房便座は商品化していました」（三木さん）

そこでおしり洗浄、脱臭機能、乾燥機能を追加して製品化したのが「ビューティ・トワレ」一号機となる「DL-80」だ。開発担当者たちのおしりの型をとったり、実際に温水を当てて開発を続けたという。

1979年発売
「DL-80」

左右にお湯をためるタンクと回路部を配置した大きく出っ張ったデザインを採用していた。

1995年発売
「DL-G3」（写真はDL-G3R）

お尻を洗うだけではなく、便器のプレシャワー機能を搭載。便器が汚れにくくなった。

1997年

新開発の瞬間湯沸かし機能で省エネ大賞受賞

これまでタンクにお湯を貯めて保温していた温水洗浄便座だが、新たに登場した「DL-GXシリーズ」では高ワットのセラミックヒーターを配置した湯沸かしユニットを搭載。使用時に水道水がユニット内を通るだけで最適な温度のお湯を作り出し、シャワーとして噴出できるようにした。この仕組みにより貯湯式と比べて約50%の省エネ性能を実現。温水洗浄便座で初めてとなる省エネ大賞（当時は省エネバンガード21）を受賞している。

1997年登場の
「DL-GXシリーズ」

新開発の「瞬間湯沸かしシャワー」方式により、連続使用するとお湯がなくなる問題や使っていないときもお湯をずっと保温しておくといった無駄を省くことができた。

湯沸かしユニットにセットされるプレート状のセラミックヒーター。高ワットですばやく発熱して水をお湯に変える。

湯沸かしユニットの仕組み。下部から水道水が入り、上がるにつれて適温に温められる。

2002年
おしりシャンプー機能を搭載
「CH8500（写真はCH8800）」

用を足した時に同時にお尻をシャンプーで洗える温水洗浄便座。専用のおしりシャンプーをセットすることでおしりの洗浄、すすぎ、乾燥ができた。一部で高い支持を集めたが残念ながら終了に。

おしりの汚れをしっかり落とせる専用の「おしりシャンプー」も用意。

衛生面とメンテナンスを考えて シャワーノズルがステンレスに

温水洗浄便座の普及率が50%を超えた2000年代初頭。次に課題となったのが衛生面だった。中でも特に樹脂製の洗浄ノズルは汚れが気になる部分としてユーザーの声が上がっており、黒ずみ対策が求められたという。

「当時行ったユーザー調査でもノズルの黒ずみは皆さん気にされていました」(三木さん)

そこでパナソニックではステンレス製のノズルを開発。継ぎ目のない構造と細かいキズがつかないことで、カビの発生を防ぎ、衛生的なステンレスノズルでお尻が洗えるようになった。

2003年

2003年発売の「DL-SVシリーズ」

樹脂製のノズルはどうしても細かいキズから汚れがつきやすく、さらに継ぎ目にカビが生えやすい。その問題を解決するために「深絞り」製法で継ぎ目のないステンレスノズルを生み出した。

従来モデルで採用していた樹脂製のノズル。それぞれが自動的に出入りする。樹脂故に経年で黒ずみが発生してしまう。

当時新たに採用したステンレス製のノズル。一枚のステンレス板からプレス加工によって成形する。ノズルクリーニング機能も搭載し、キレイな状態を保つことができる。

トイレ・コラム①

実際にお尻を洗って研究開発

パナソニックでは40年前の初代モデルより、実際におしりにシャワーを当てて温水洗浄便座の開発を行っている。面白いのがその方法。例えば、「ビューティ・トワレ」の開発部が入っているビルのトイレの個室にはアンケート用紙が配置されており、利用した社員からのアンケート結果を開発に役立てている。また、開発部の一角には4部屋のトイレを用意。複数の温水洗浄便座を座り比べるといった、比較テストができるようになっていた。

ビルの共有部にあるトイレの個室にアンケートを用意。温水洗浄便座に関わらない社員にも協力してもらっている。

検証のために4部屋の個室を用意。様々な温水洗浄便座を設置して各種テストを行っている。

給水管に掛かる水圧を合わせてテストするため、水圧調整ができるようになっている。

便器と便座の間に透明なアクリル板を挟んでシャワーの出方などもチェック。

2005年

業界初の
瞬間暖房便座を搭載
「DL-GWシリーズ」

「家庭での消費電力が高い家電というと、テレビ、エアコン、冷蔵庫などが思い当たると思います。実は温水洗浄便座もこれらに次いで高かったんです」(三木さん)

温水洗浄便座の消費電力の問題を大きく解決したのが、2005年に発売した「瞬間暖房便座」だ。これまでの暖房便座は使ってない間もずっと温めていたため、どうしても消費電力が高くなった。

そこでパナソニックではトイレに人が入った瞬間に高ワットのヒーターで便座を温める「瞬間式」を開発。暖房器具の開発ノウハウを活かして、便座の内側にきめ細かくヒーターを配置することで、人感センサーが反応してから約6秒で温まる「瞬間式」を実現した。なお、最新モデルでは約3秒で便座を温めることができる。

2005年発売の
「DL-GWシリーズ」

人感センサーで人を検知してから、約6秒で素早く便座が温まる瞬間暖房便座を初めて採用したモデル。消費電力を大幅に削減することを実現。瞬間暖房便座と瞬間湯沸かしシャワーの組み合わせにより、貯湯式と比べると約75%の省エネを実現している。

従来の暖房便座のヒーター。低ワットだが使っていないときも暖め続けるため、無駄が多い。

左が「DL-GWシリーズ」採用した瞬間式のヒーター。きめ細かく組み込むことで、素早く暖められる仕組み。右は最新モデルの便座に内蔵されている細く長いヒーター。さらにきめ細かく配置されているのがわかる。これも暖房器具を作っているメーカーならではの技術。

2016年

おしりだけでなく
便器もキレイにできる
「泡コート」を搭載

最新のビューティ・トワレ「DL-AWMシリーズ」は2016年モデルより搭載する泡コート機能を搭載。便器面コートにより汚れのこびりつきを防ぎ、また水面コートが輪染みを防ぐことができる。また、新たに便座裏面とケース前面に防汚素材を採用。便座自体にもスキマがない成型となっており、汚れが入り込むことがなく清潔さを保つことができる。約3秒で温まる瞬間暖房便座や瞬間湯沸かしシャワー機能も搭載している。

ビューティ・トワレ
DL-AWMシリーズ

実勢価格：8万8560円(DL-AWM600)、7万1030円(DL-AWM400)、6万870円(DL-AWM200)※

DL-AWM600のみナノイーX除菌/脱臭機能と温風乾燥機能を搭載。600/400は便ふた自動開閉(便座は自動閉)、便ふた・便座リモコン開閉機能を搭載する。その他の機能は共通。

※編集部調べ

台所用中性洗剤をセットするとビームのように360°に泡を噴出して便器面をコーティング。こびりつきや輪染み、飛びハネから守ることができる。

シャワーは、5通りの洗浄の強さと、5通りの洗浄幅を組み合わせた「25通りのおしり洗浄」から好みの強さと幅が選べる。

樹脂のスキマに汚れが入り込むことがないスキマレス便座を採用。サッと拭くだけでキレイにできる。

ビューティ・トワレで
お尻の衛生だけでなくトイレの清潔さも保てる

毎日、誰もが何度も訪れる空間のトイレ。そこで利用する温水洗浄便座は、元々介護目的の道具として海外で使用されていたものだった。しかし今日では、日本人の衛生観念から一家に一台以上のレベルで普及している。

パナソニックの温水洗浄便座を開発してきた40年の中では、それこそ様々な便座が生まれてきた。上で紹介した以外にも、例えば、2001年には99.9％の脱臭機能を備えた便座や体脂肪測定機能を備えた便座などちょっと面白い機能を持った製品も生み出しているのだ。

そんな中でも「ビューティ・トワレ」は、おしりを清潔にするという、温水洗浄便座の基本機能を強化するのはもちろんのこと、省エネ性能を高め、快適性までもアップ。便器だけでなくトイレ空間全体を清潔にする機能も実装してきた。

最新の「泡コート」機能を搭載した「ビューティ・トワレ」なら、泡の力によりトイレ掃除の手間を大幅に減らすことができ、手軽に清潔なトイレ空間を維持してくれる。さらに25段階から選んだ好みの温水でおしりを洗うことも可能。温水洗浄便座はもはや生活必需品の1つといっても間違いはないのだ。

トイレ・コラム②

温水洗浄便座は自分で取り付けられる

パナソニックの「ビューティ・トワレ」は家電販売店ではトップクラスのシェア。買って帰って自分で取り付けることもできる。

もはや現代人にとっては生活必需品の一つともなりつつあるのが温水洗浄便座だ。しかし賃貸物件などではついていないことはある。そんな時にもパナソニックのビューティ・トワレなら、安心してトイレに後から取り付けできる。しかもコンセントさえあれば、専門業者を呼ばなくても自分で取り付けることも可能。

実際に自分で取り付けてみたが、水道の元栓が閉められてスパナなどの最低限の工具さえ扱えるならそれほどハードルは高くない印象。一時間も掛からずに交換できた。賃貸物件でも十分利用可能だ。

一番のハードルは給水管の取り付け。必要なパーツや工具を事前確認しておこう。

便座の取り付けができたら泡コートのための台所用中性洗剤をセットして完成だ。

社会に揉まれる
パパにも
使ってほしい

秋こそ
リラックス!

マッサージ家電

家庭で手軽に筋肉のコリをもみほぐせる
「マッサージ家電」が続々と発売されています。
人気のクッションタイプをはじめ、最近は首・肩、背中・腰、手、脚など、
特定の部位に特化させた製品が増えており、
より効果的に症状が解消しやすくなっているのです。
おすすめ製品をご紹介してきましょう。

text by 小口覺

Massage

IT・家電ライター
小口覺 OGUCHI Satoru

SNSなどで自慢される家電製品を「ドヤ家電」と命名し、日経MJ発表の「2016年上期ヒット商品番付」前頭に選定された。現在は「意識低い系マーケティング」を提唱。新著「ちょいバカ戦略 –意識低い系マーケティングのすすめ–」(新潮新書) http://amzn.asia/d/hde208J

パパも堂々と家で癒されたい！

疲れた。休みたい。リラックスしたい。癒されたい……。今の気持ちを正直に書いてみましたが、皆さんもそうじゃないですか？お金と時間があれば、南の島にでも行って全身をゆっくりマッサージしてもらいたい。HPを回復したい。しかし、そんな余裕はないっ！

そこで「マッサージ家電」です。何十万万円もするマッサージチェアを想像する人もいるかもしれませんが、今回ご紹介するのは、数千円〜数万円のアイテム。首や手、脚といった部位に特化した製品が続々と登場しています。お手頃でありながら効果的に使え、コンパクトで置き場所に困ることもありません。

秋はマッサージ家電を導入するのに最適な季節です。猛暑と冷房の寒暖差で疲れも溜まっているでしょうし、これから寒くなるにつれて血行が悪くなります。血行を促進するマッサージの効果も実感しやすいはず。自律神経が整うことは健康にはもちろん、副交感神経が優位になり代謝が高まるのでダイエットにも良いとされます。

ところで、マッサージ家電は色がピンク系統だったりして、女性を意識した製品が多いのも事実です。エステへの意識が高いのは女性ですし、癒やされたいという願望も強いのでしょう。しかし、身体の基本的な構造は男も女も変わりません。パパも堂々と買って使えばいいのです。もちろん、夫婦で使えばお互いにリラックスできますし、健康はもちろんケンカなどのトラブルも減らせるかもしれません（笑）。

クッション
タイプ

アテックス
ルルドプレミアム マッサージクッション 3Dもみ® AX- HCL310

実勢価格：1万3200円

体の微妙なカーブに沿ってもみ玉が動く「3Dもみ」搭載のマッサージクッション。マッサージできる部位は、首・肩、腰、おしり、背中、太もも、ふくらはぎなど。単純な円運動ではない複雑な動きで心地よさを追求している。また、人の手をイメージしたヒーターも内蔵され、これからの季節は特にリラックスできそう。色は、ネイビーブルー、ライトグレー、ピンクの3色。

上下左右の動きに加えて前後にも可動する4つのもみ玉で、3次元のもみ心地を実現。

クッション
タイプ

オムロンヘルスケア
クッションマッサージャ HM-350

実勢価格：8700円

クッションというよりは、枕ぐらいのサイズのマッサージャー。比較的コンパクト(約390×270×105mm)で軽量(約1.7kg)なので、オフィスのイスなどで使っても見た目の違和感がない。色は、ブラウン、レッド、ブルーの3色。

コンパクトながら4つのもみ玉とヒーター機能を内臓。本体カバーは取り外して洗濯できる。

シート
タイプ

THRIVE
Massage Seat（MD-8670）
実勢価格：2万1780円

イスへの設置はもちろん、寝た姿勢でも使えるマッサージャー。コースは「全身」「肩」「腰」「ストレッチ」の4種類。お好みで「もみ」と「背筋」も選べる。もみ玉の幅や高さ、肩位置を調節する機能があるので、体型に合わせて使用可能。色はブラック。

電源はACアダプターなのでコンセントは必要だが、使う姿勢は自由。座った状態でも寝ながらでも使用できる。

シート
タイプ

アテックス
TOR マッサージシート タタキもみ DMA AX-HXT220
実勢価格：4万4000円

イスなどに載せて使うマッサージシート。車のシートのような本体には、首・肩と、背・腰それぞれをほぐすもみ玉と、太もも専用のエアバッグ、ヒーターを搭載。もみ玉が大きく、部位ごとにあることで、マッサージチェアに近いもみ心地が得られるだろう。多機能リモコンを付属し、スピードや位置、強さを好みに合わせて設定できるほか、おまかせの全自動コースも用意されている。色はグレーとブラウン。

フット
マッサージャー

パナソニック
レッグリフレ EW-RA99
実勢価格：5万5000円

足先から太ももまで、脚全体をマッサージ。マッサージコースは全8種類（太もも巻が5コース、ひざ巻きが3コース）。「ヒール疲れ」と「スポーツ疲れ」のコースも新たに搭載された。サイレンサー搭載のエアーポンプにより動作音が静かで、周囲に気をつかわずに使用できる。ヒーターは2つの温度（約40℃／37℃）が選択可能。

社会に揉まれるパパにも
使ってほしい

マッサージ家電

Massage appliances

アテックス
ひざカツ マッサージャー AX-HX205

実勢価格：1万4960円

独自設計のエアバッグを10箇所・全15層で配置、効果的なポイントでひざまわりや太もも・ふくらはぎをマッサージ。エアバッグの圧迫と伸縮を繰り返し、ひざまわりの決行を促進させる「ながすコース」と、指でリズミカルに推すように細かくマッサージする「ほぐすコース」の2コースが搭載されている。2つの温度（約45℃／40℃）が選べるヒーターも内臓。10月下旬発売予定。

ハンドケア
ツール

ドクターエア
3Dハンドリフレ

実勢価格：1万5074円

スマホやパソコンの使用で思いのほか疲れている「手」を、指先から手首までエアー加圧で優しく刺激してくれる。3つのモードと3段階の加圧レベル、ヒーター機能を搭載。充電式のリチウムイオンバッテリーを内蔵するので、電源のない場所でも使用できる。カラーは、マットブラックとシャンパンゴールドの2色。

卓上に置いて使用。手にはたくさんのツボがあり、日々のケアが大切だ。

フット
マッサージャー

太ももやふくらはぎは4箇所のエアバッグでマッサージ、ひざの裏表はマッサージ師の細やかな指の動きを再現したエアバッグでやさしくもみほぐす。

骨盤・おしり
マッサージャー

パナソニック
コードレス 骨盤おしりリフレ EW-RA79

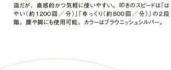
実勢価格：3万3000円

腰に巻くことで、骨盤やお尻の筋肉を引き締めてマッサージ。14個のエアーバッグを立体的に配置し、しっかりと骨盤やお尻をホールド。筋肉をほぐして引き締めることができるという。太ももに装着して、脚をスッキリことも。電源はACアダプターに加えて単3形電池でも使用可能なので、場所や姿勢を問わず使用できる。カラーはピンクとブラック。11月1日発売予定。

ハンディ
マッサージャー

THRIVE
Power Tonton（パワートントン）
MD-8315

実勢価格：4928円

長いグリップが付いており、手の届かない肩甲骨付近や背中のコリを叩いてもみほぐせるハンディマッサージャー。シンプルな構造だが、直感的かつ気軽に使いやすい。叩きのスピードは「はやい（約1200回／分）」「ゆっくり（約800回／分）」の2段階。腰や脚にも使用可能。カラーはブラウニッシュシルバー。

ドクターエア
3Dネックマッサージャー S

実勢価格：1万5074円

肩に掛けるようにすれば、大小8つのもみ玉が首や肩まわりにフィットしてマッサージ。後ろにずらして背中、腰などのマッサージにも使用できる。もみ玉の回転スピードは2段階で、ヒーターも内蔵。電源は充電式で最大約1時間可動（ヒーターオフの場合）。色は、レッド、ブラウン、ブラック。

マッサージらしからぬ、かさばらない形状なので、イスやソファーで座った状態はもちろん、ベッドに寝転びながら、ドライブ中でも使用しやすい。

ネック
マッサージャー

ハイスペックなカメラスマホにも大きな弱点があった？

iPhoneを超えた 美しさと機能を備えた ファーウェイのMate 30が発表

スマホの世界シェアでアップルを抜き去ったファーウェイ。もはやライバルはシェア１位のサムスンだけだ。そのサムスンの最新スマホに対し、ファーウェイはすでにAI機能やカメラ性能でリードを奪っている。この９月に発表されたファーウェイの最新スマホは最新のチップセットを搭載した「スマホ業界最高性能」を持つ製品だ。それだけではなく美しい本体デザインと相まって、もはや敵なしと言える製品に仕上がっている。だがそんな最高な製品にも大きな弱点が隠されているのだ。

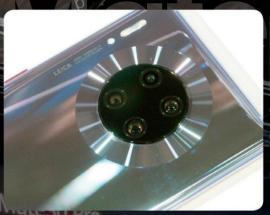
携帯電話研究家

山根康宏　YAMANE Yasuhiro

香港在住の携帯電話研究家・ジャーナリスト。世界の携帯電話事情を中心に取材をする。携帯電話1500台以上、SIMカード500枚以上を所有するコレクター。

大人のためのカッコいいスマホ、それがファーウェイのMate 30だ

ファーウェイの秋の新製品発表会は2019年9月19日、ドイツのミュンヘンで行われた。例年は10月に行われていた発表会を１か月も前倒しし、しかも翌14日は全世界でiPhone 11が発売になるというタイミングで最新モデルが発表されたのだ。登壇したファーウェイのコンシューマーグループCEO、リチャード・ユー氏は集まった数千人規模のメディアやパートナー関係者の数を見て大いに満足したに違いない。なにせiPhone発表前日という重要な「イブ」の日にもかかわらず、ファーウェイの新製品をいち早く見ようと世界中から多数のメディアが取材に訪れたからだ。

発表された新機種は「Mate 30」「Mate 30 Pro」「Porsche Design / Mate 30 RS」の３モデル。いずれの製品も背面側は共通のデザインで、円形の台座に４つのカメラ（Mate 30は3

円形をモチーフにしたMate 30のカメラ周り。左右対称のシンメトリックなデザインが美しい。

5G版には背面を革張りに仕上げたモデルも登場。

ポルシェデザインとコラボしたMate 30 RS。

つ)を配置している。左右の対称性があり美しさと高級感を同時に感じさせるこのデザインは、実は1年前に発表された「Mate 20」シリーズでも採用されたもの。Mate 20シリーズは正方形の台の上にカメラとフラッシュを配置したデザインで大きな注目を集めたが、ファーウェイはたった1年で新しいデザインにチャレンジしたのである。ちなみに発表会でユーCEOが「アップルも我々のデザインを追いかけた」と正方形デザインのカメラを搭載したiPhone 11シリーズを暗に紹介すると、会場を埋めつくした来場者たちは大きな歓声をあげた。それほどまでにMate 30シリーズのカメラ周りのデザインは美しいのだ。

またMate 30とMate 30 Proには通信方式が5Gに対応したモデルも販売されるが、その5Gモデルには背面を革張りにした高級仕様のモデルもある。1年前の9月、春先に発売した「P20 Pro」の革張りバージョンを発表しこれも人気となったが、今年は秋の新製品に革モデルを追加したのである。最近のスマートフォンは背面の仕上げが美しいものが増えているが、革張りモデルはケースを付けずにそのまま革の風味を手のひらや指先で感じたくなるだろう。なお残念ながら本革ではなく合皮だが、見た目や触り心地は十分満足できるだけの仕上げになっている。

ファーウェイのスマホは春にカメラ性能を重視した「P」シリーズ、秋に最新CPU搭載の「Mate」シリーズと、年に2つのフラッグシップモデルが投入されてきた。だがMateシリーズは性能が高いだけではなく、ビジネスユーザーもターゲットにした上品かつ高級な本体仕上げも特徴なのだ。ポルシェデザインとコラボした「Mate 30 RS」もファッションブランドモデルであるが、スポーツカーをイメージしたカラーリングと革調の背面仕上げはスーツにもよく似合う。Mate 30シリーズは大人向けのスマホなのである。

画面タッチで音量操作、世界初の「ホライゾンディスプレイ」

Mate 30は6.62インチ、Mate 30 ProとMate 30 RSは6.53インチのディスプレイを採用。Mateシリーズは大画面スマホでもあり、全モデルが6.5インチ以上のディスプレイなのだ。iPhone 11 Pro Maxが6.46インチだから、それよりも大きいのである。しかも本体の横幅と重量はiPhone 11 Pro Maxの77.8mm / 226gに対し、Mate 30は76.1mm / 196g、Mate 30 Proは73.1mm / 198g。Mate 30シリーズのほうが大画面でスリムで軽量なのだ。さらには別売の「M Pen」を使って、紙のノートのように文字を書き込んだりイラストを描くこともできる。

上位モデルとなるMate 30 ProとMate 30 RSは他社のスマホにない大きな特徴を持っている。それは世界初とファーウェイが謳う「ホライゾン・ディスプレイ」の採用だ。Mate 30 Proを正面から見ると、本体の左右は側面部分までがディスプレイになっており、フレーム部分が見えない。いわゆるベゼルレスというデザインであり、ディスプレイをより広く見せてくれる。さらには本体左右には電源キーしかなく、本来あるべきはずのボリュームキーは存在しない。

ホライゾンディスプレイは88度というほぼ直角の角度でディスプレイが側面に曲がったディスプレイだ。本来ならフレームにディスプレイをはめ込むところを、フレームの上にディスプレイを載せた格好の構造にしているのである。このタイプのディスプレイはサムスンが流れるように角を曲げたエッジ・ディスプレイを数年前から実用化しているが、本体左右にはディスプレイを支えるベゼルが薄いながらも残ってい

左右一杯までディスプレイが広がったホライゾンディスプレイ。

側面タッチでボリュームキーを呼び出せる。

側面のタッチ感度は調整されている。握っても誤反応はしない。

る。ホライゾン・ディスプレイはディスプレイの角を立てることでベゼルをほぼ無くすことに成功したのだ。

ファーウェイはこのホライゾン・ディスプレイを使った新しい機能をMate 30 Proに搭載した。それはサイドタッチ機能。側面のディスプレイ部分を2回タップすると、ディスプレイ上にボリュームキーが表示されるのだ。音楽を聴きながら親指で側面をタッチし、そのまま親指を上下にスライドさせてボリュームを調節する様はとてもスマート。しかも側面のボリュームキーを廃止してすっきりした外観にもできるのだ。電源ボタンを上部に移動させれば側面に一切のボタンのないスマホにもできる。おそらく来年春に発表されるだろうカメラスマホ「P40」ではそんな本体デザインが採用されるのではないだろうか。

またフロントカメラを起動すると、側面部分にシャッターボタンが表示される。このシャッターボタンはスライドさせて好きな位置に移動させることも可能だ。このように側面をディスプレイ化することで、本体の横に移動可能なソフトキーを配置することもできるのである。Mate 30 Proではまだこの2つ程度しかソフトキーを呼び出す機能は無いが、今後APKが解放されればアプリメーカーが自在な機能を搭載することも可能になるだろう。たとえばゲーム用のコントローラーを側面に2つ、好きな位置に配置できる、なんて機能拡張もできるようになるのだ。

ところで側面もディスプレイになると気になるのが誤タッチや誤操作だろう。そのあたりはうまく考えられていて、普通にMate 30 Proを握っても側面が反応することは無かった。おそらく側面側はタッチセンサーの感度を調整して、ちょとっと触った程度では反応しないようになっているのだろう。ボリュームキーを呼び出すときのようにダブルタップなど特定の操作にのみ反応するようになっているのだ。まあこれだけスマホを売っているファーウェイの最新機種だけに、握るたびに反応してしまうような製品を市場に出すことは無いだろう。「中国メーカーだから大丈夫だろうか」といった心配も、今のファーウェイには一切不要だ。

実はファーウェイ以外のメーカーからも同様のディスプレイを採用した製品が登場している。Vivoの「NEX 3」はウォーターフォール(滝の落ちる)ディスプレイを搭載、ファーウェイに先を越されたが似たような機能を持っているうえに、電源ボタンを廃止。こちらはファーウェイより先に実現している。OPPOも類似のディスプレイ搭載スマホの投入を匂わしているし、シャオミは側面から裏側にまでディスプレイでカバーされている「全周ディスプレイ」を搭載した「Mi MIX Alpha」を発表した。

カメラはウルトラワイドと３倍光学ズーム、完璧なスマホにも大きな弱点

ファーウェイのスマホというとカメラ画質に優れているという印象を持っている人も多いだろう。Mate 30シリーズもカメラの実力はなかなかのものだ。Mate 30 Proは4000万画素のワイドに4000万画素のウルトラワイド、そして800万画素の3倍ズームカメラを搭載する。カメラフォンとして春先に発売され、ドコモからも販売されている「P30 Pro」は4000万画素＋2000万画素＋800万画素で、ウルトラワイドカメラはMate 30 Proのほうが画質が高い。一方P30 Proは光学5倍、デジタル50倍ズームだが、Mate 30 Proは3倍 / 30倍に抑えられている。カメラ機能を第一にフィーチャーし

たP30 Proほどではないが、光学3倍でも他社スマホのカメラに比べれば十分高性能であり、この性能を不満と思う人は少ないだろう。

カメラの心臓ともいえるセンサーサイズも大型化し、ビデオ撮影にもよりフォーカスした仕様となっている。写真を撮るならP30シリーズ、ビデオを撮るならMate 30シリーズとファーウェイはカメラスマートフォンの方向性を2つに進化させようとしている。いずれにせよファーウェイのフラッグシップモデルのカメラはいまや業界でトップクラスの性能を持っており、カメラ性能の指標を表すDxOMarkでも常にトップクラスのデータを出している。

このようにもはや敵なしともいえるMate 30シリーズだが、実は大きな弱点があるのだ。米中貿易摩擦の影響を受け、グーグルサービスを搭載せずに発売される予定なのだ。Mate 30シリーズはAndroid OSを搭載している。Android OSはだれもが自由に使えるオープンソースなシステムだ。しかしGmailやグーグルマップといった、グーグルのサービスを載せるにはグーグルとのライセンス契約が必要となる。だがMate 30シリーズではそのライセンスを受けることができず、ファーウェイ独自のアプリストアサービス「HMS」(Huawei Mobile Services)を搭載して投入される予定だ。

アプリやサービス抜きでのスマホなど今の時代考えられないだろう。いくらカメラ性能が良くても、撮影した写真やビデオを普段使っているSNSにアップできないようでは使い勝手は大きく後退する。ファーウェイはアプリを開発するメーカーに合計10億ドルもの開発費を提供してHMSへの参加を呼び掛けるという。一般のAndroidスマホにアプリを提供しているメーカーならファーウェイのアプリストアへ自分のアプリを提供することは難しくないかもしれない。しかしグーグル同様に米中貿易問題にかかわる企業はアプリを提供することはでいないだろう。アメリカにとどまらず、他の国のアプリメーカーも容易にはHMSへのアプリ提供はできないかもしれない。

実は中国で販売されているAndroidスマホにはグーグルアプリが搭載されておらず、各社が独自のアプリストアを搭載している。ファーウェイの中国販売スマホも同様だ。そのファーウェイの中国向けスマホのアプリストアを開くと中国でメジャーなアプリはすべて網羅されている。一部海外のアプリも入っているため、それらがHMSでも利用可能になり、Mate 30シリーズでも使えるかもしれない。しかしアプリのアップデートや他のアプリ、例えばグーグルマップとの連携などは期待できないかもしれないのだ。ハードウェアは完璧なMate 30シリーズだが、アプリが揃わなければせっかくの製品も無価値になってしまうかもしれない。ヨーロッパではこの冬に発売予定だが、果たしてどこまでアプリが揃って出てくるのか、気になるところだ。

Mate 30、Mate 30 Pro、iPhone 11 Pro Maxのサイズの差。

4000万画素カメラを2つも搭載するMate 30 Proのカメラは贅沢すぎる性能を誇る。

ds

Supporter's Items

VICTORINOX

ビクトリノックスと過ごす　街、ときどき自然

ウィークデイは街中を縦横無尽に駆け回り、ときには海外やいつもと違う土地に赴きながら重要な仕事をこなす。
そして週末ともなれば一転、大好きな家族や仲間たちとともに都会の喧騒を離れ、自然のなかで気持ちをリセットする――。
僕らの日常は、街、ときどき自然。そんな毎日のなかで使うお気に入りのアイテムはいくつもあるけれど、
とりわけ最高のパートナーになってくれるのがビクトリノックスのプロダクトたち。
ウイークデイも週末も、街中でも自然の中でも、僕らのアクティビティをしっかりと支えてくれる。

TWA HOTEL

1962年にタイムトラベルできる

JFK空港内のホテルに泊まってきた!

かつてアメリカに存在していた航空会社、トランスワールド航空（TWA航空）が使用していた、ニューヨークJFK空港のターミナル5が、約3年というリノベーション期間を経て、その名も「TWAホテル」となって再出発! 先日ニューヨーク出張の際に現地滞在を延長し、このTWAホテルにいち早くステイしてきたので、そのリポートをお伝えしたいと思う。

Text by 窪川勝哉

取り壊しの危機から歴史的遺産ホテルへ

TWA航空がメインターミナルとして使用していたこのターミナル5は、世界的に有名な建築家、エーロ・サーリネンによる代表作のひとつで、翼を広げたカモメのような伸びやかな流線型ラインの外観に特徴がある。その独創性から、1994年にはニューヨークの歴史的建造物にも指定された素晴らしいターミナルなのだが、徐々に経営が傾いていたTWA航空が2001年にアメリカン航空に吸収合併されると、このターミナル5はあっけなく閉鎖に。

その後は歴史的建造物指定されているのにも関わらず取り壊しという話も出ていたくらいで、その間はレオナルド・デ

インテリアスタイリスト

窪川勝哉 KATSUYA KUBOKAWA

インテリアスタイリスト。数多くのテレビ番組などのインテリア企画や雑誌でのスタイリングなどを手がける。毎年数週間は海外の家具&雑貨の展示会に赴き、バイイング兼最新のトレンドリサーチも行う。東洋大学ライフデザイン学部非常勤講師。本誌でもインテリア記事を執筆する。

エーロ・サーリネンによる建築に加え、20世紀を代表する工業デザイナー、レイモンド・ローウィーによるTWA ロゴもお出迎え。別ターミナルからのアクセスは、ターミナル間をグルグル回っている「Air Train」か「UBER」が便利。

▼▲昼夜問わずフライトショーが楽しめる客室。内線電話も鉛筆もレトロで統一だ。メインファニチャーはエーロ・サーリネンがデザインのものなど、アメリカのKNOLL社のものでまとめられている。

TWA HOTEL

ィカプリオ主演の映画「Catch me if you can」等のロケ地として使われる程度で、どんどん朽ちていく一方だった。しかし、世界的に有名な建築家エーロ・サーリネンによるこの名建築をなんとか残す道を模索し、ようやく、晴れて「TWAホテル」となり今年5月に長い眠りから覚めたターミナル5。

世界最大のホテルロビーといわれるその空間にはエーロ・サーリネンによる名作「チューリップ」シリーズのチェア＆テーブルが並べられ、そこでは従業員の衣装にはじまり、流れているBGM、エントラスに停められている車、そしてバタバタと音をたてて動く往年のスプリットフラップ式の掲示板と、どこのエリアに居てもどこを見渡しても、ニューヨークにトラベルに来たというよりも過去にトラベルに来てしまった！　という錯覚になる、徹底された'60年代テイストがお見事だ。

▼客室棟のルーフにはプールとルーフトップバーが。またホテル内には複数のテイクアウトショップやニューヨークのミシュランシェフ、ジャン・ジョルジュによるレストランも併設されているので、ホテルを出ることなるステイを満喫できる。

▼▲ホテル敷地内に停められた、ロッキード社製ヴィンテージ旅客機の中は何とバーに。ヴィンテージな内装が魅力的で、またコクピットも見学が可能。タラップは絶好のフォトスポットだ。

◀▼広大なホテル内にはギャラリーやライブラリー、そしてオリジナルグッズを販売するスーベニアショップも。ギャラリーには年代ごとにまとめられた制服やアイテムなど、約2000点ものアーカイブが並べられ、このエリアだけでも見飽きない。

フライトショーを楽しみ放題の客室

ちなみに空港内にあるホテルということで、音が気になるという人もいるかと思うが、客室棟に関してはリノベーションされたものではなく、ホテルのオープンに際し新たに建てられたものなので、防音だけでなく水周りもバッチリ。窓には世界で2番目に厚いというガラスが使用されているそうだ。

現在はニューヨークの歴史的建造物だけでなく、アメリカの歴史登録財にも指定されることとなったこの建物。空港に面した側からの客室からは(もちろん指定可能)忙しいJFK空港のフライトショーを絶えず見ることができるので、部屋に居ても飽きることは皆無だ。

そういえば、空港内にあるホテルというのは考えてみたらとても便利なロケーション。なので、ニューヨークに行かれる際の到着日もしくは帰国の前日にステイしてみてはどうだろうか。

アウトドアでのアクティビティには、もはや必須の存在となった防水透湿素材「GORE-TEX」。波や雨など、自然の中に身体を無防備にさらけ出す釣りという遊びにおいて、GORE-TEXウェアは「シェルター」としての役割を持つことになります。今回は、ふたりのエキスパートに「釣りの中のGORE-TEX」について、本音を教えてもらいました。日中から夕方〜夜景まで、刻々と変わる東京湾ベイエリアの美しい景色とともに、「海での夜遊び」に必須のギアをご紹介します!

text by ナオ・サクライ　photo by 多田 悟

本気で外遊びする大人たちが手放さない
防水&透湿素材のリアル"フィッシング"ストーリー

遊べる! GORE-T

大都会の目の前で楽しめる釣り「ボートシーバス」で自然と対峙する!

子育てに仕事にと忙しいds世代のパパたち。短いスキマ時間で、心身ともにリフレッシュしたいものですね。そんなパパにうってつけな遊びが、魚釣りです。

例えば、近年人気なのは、ガイドボートに乗って東京のベイエリアを海から眺めながら、エキサイティングなルアー釣りが楽しめるボートシーバス。ターゲットはシーバス、ことスズキです。最大1m近くにまで成長し、凶暴かつ強烈なファイトで、人気の高い釣りものです。

アクセスも抜群で、地下鉄から出てすぐのところにマリーナがあり、サクッと予約して仕事終わりにでも遊びに行けてしまいます。ちょっと居酒屋に同僚と飲みにいくくらいの感覚で、都会のすぐそばなのに自然の中で釣りができるのです。

酷暑・強風・波・ゲリラ豪雨……。刻々と変わる東京湾で身を守るもの

海に出る際には、晴れていても防水ウェアが欠かせません。今回は、GORE-TEXウェアを身にまとったふたりのエキスパートに「釣りで使うGORE-TEX」について、リアルな釣り人としての目線で本音を語ってもらいました。

釣り人は、酒井拓宏さん（43歳）。東京水産大学を卒業後、水産業における漁船や関連機械の技術開発に従事する、サラリーマンアングラーです。海の船釣りをメインとして、年間約60日ほど釣りに出かけています。これまでさまざまな素材のウェアを着用してきた経験から、GORE-TEXが手放せない理由を語ってもらいました。

ボートでガイドをしてもらったのは、高見誠さん（49歳）。東京湾でも屈指の実力を誇るシーバスガイドボート「with」の船長です。豊かな経験と観察力で、数々の釣り大会を制してきた腕利きのアングラーでもあり、ウェアやロッドの開発などにも携わってきた経験も持ちます。晴天からタフコンディションまで、日夜東京湾でさまざまな天候変化に日々向かい合う目線で、GORE-TEXの真価を教えてもらいました。

釣り人
酒井さん

ガイド
高見さん

15:00

出航。波しぶきをあげて沖へと走る!

まだ日中の暑さが残る昼下がり。東京メトロ南砂町駅から徒歩10分ほどの場所にある東京湾マリーナを出港します。

「今日は前日までの大雨で、川の水が濁ってて、湾岸近辺で魚を出すのは厳しいコンディションですね。沖へ走りますよ」と高見船長。

日中は36℃まで上がったこの日。ジャケットが着ていられないくらい蒸し暑かったのに、ボートが走り出すと強烈な風で一気に涼しくなります。同時に向かい風で走るボートには波しぶきが飛んできます。ふたりともすかさずGORE-TEXウェアを早くも着用し、水濡れと体温低下を防ぎます。

15:30

沖のポイントで、揺れるボートからルアーをキャスト!

30分ほど走ってやってきたのは、東京湾の真ん中にそびえ立つ「風の塔」。東京湾アクアラインの海底トンネルの排気筒で、ルアーでシーバスを狙いやすい一級ポイントです。

この日は南風が強く、波にあおられます。その上、晴れなのに時折パラパラと小雨も。そんな中、魚の形をしたルアーを、壁際にピタッと打ち込んでいく酒井さん。

「すぐにクルマや屋根のあるところに逃げられる岸での釣りと違い、東京湾の上に出てしまえば、人間は、雨、風、波、不意に起こる気象変化の洗礼を浴びます。ウェアで身を守らねば、ストレスになってしまい、釣りに集中できません」(酒井さん)

Wear

酒井さん着用ウェア

DAIWA
DR-1408J GORE-TEX C-KNIT バッカーテクノロジー レインジャケット
4万9900円

メイン生地として採用しているのは「GORE® C-KNIT™ バッカー テクノロジー」。ラミネートされた裏地は特殊なニット構造で作られており、滑らかな肌触りと軽量性を実現しながら、高い透湿性能も確保しています。併せてダイワ独自の縫製技術「フルキャスト立体パターン」を採用し、振りかぶって投げる動作の多いアングラーをサポートします。フードについたダイヤルは、フードの間口を締めつつサイド側の視界もしっかり確保。そのほか、釣り人が感じていた小さなストレスを解消するディテールが満載です。

高見船長着用ウェア

ヘリーハンセン
アトラクター ゴアテックスプロ ジャケット
4万5000円

アトラクター ゴアテックスプロ パンツ
3万4000円

バスアングラーである吉田 遊 氏とヘリーハンセンが共同開発したフィッシングウェア。高所登山などエクストリームな野外活動向けに使用される「GORE-TEX PRO」の3層生地を採用。耐久防水性、防風性に優れ、高い透湿性を備えています。またプロアングラーのキャスティング動作をモーションキャプチャで解析し、ロッドを振りやすいパターンで縫製。さらにマグネット内蔵のフードのつばや、ハサミやフィッシュグリップを吊るせるDリングなど、各所でアングラー向けのディテールを備えています。

16:00

雨と風の中でもキャストに意識を集中し魚を探す

いっぽう、ロッドを振る酒井さんが釣りやすくなるよう、波と風の中でボートを微調整していく高見船長。ときには船長自らもルアーを投げて状況をリサーチ。その日、シーバスが反応する最適解を探っていきます。高見さんは揺れる波、川のように流れる潮の中を操船しながらなので、相当の集中力を必要とします。

「夕方から夜にかけては、このウェアの着心地が抜群にいいです。暑くも寒くもない快適さで、船長業務に集中できますね。ちなみに今日は上のインナーに速乾性のシャツ、下のインナーに薄手の綿パンを履いています。GORE-TEXをより快適に着こなす方法ってあるんですよ。季節にもよりますが、暑さと冷え込みが両方ある季節だと、特にインナーで差がでてきますね」(高見さん)

ゴールデンタイムの到来!
パターンを掴んで入れ食いに

日が傾きはじめました。魚たちの活性が上がる「夕まづめ」と言われるゴールデンタイムの到来です。サイズは小さいながらもシーバスが活発にルアーを追いかけ、一投一匹の入れ食い状態に突入！

どうやらシーバスは障害物のエッジの部分で、ゆっくり落ちてくる重めのルアーに反応しているようです。

大物を目指して、
冷えた空気の中を再び移動!

こうして、お子様サイズのシーバスが無数に釣れ始めましたが、ここで満足できないのが釣り人というもの。「では、暗くなってから大きめの1匹を釣りに、港湾部へ場所移動しましょう」と高見さん。

昼間の暑さが嘘のように、夜風はひんやりしています。ましてや向かい風で走るボートの上。防風性に優れたGORE-TEXウェアを着込み、東京湾の最奥部を目指して、夜の海を走ります。

移動しながら高見さんが、東京湾で体験した出来事を教えてくれました。

「天候変化で特に怖かったのが、ダウンバースト現象です。低気圧が過ぎ去ったのを見計らって、吹き返しの風がくるまでのわずかの時間を狙って海に出たら、低気圧がさらに発達して、吹き下ろしの風が吹いてきたんです。船が進んでるつもりなのに、GPSを見ると前に進んでいない時間が1時間ばかり。その間、ひたすら波をザバザバかぶってました。そんなことがあるから、我々にとってアウターというのは単純なウェアではなく、『シェルター』であって欲しいということを願っています」

波や雨で塩水をかぶりながら下着まで濡れれば、気化熱で体が急激に冷えていき、低体温症になる危険もあります。これでは、釣りどころではないですね。自分の身を守るジャケットは「シェルター」であって欲しいという高見さんの考えは、自然の中にさらされてきた釣り人なら、強くうなずけるはずです。

18:00

レインボーブリッジ&
湾岸の夜景を楽しみながらキャスト

港湾部の夜景を眺めながらやってきたのは、お台場のレインボーブリッジ。その橋桁は隅田川水系の流れが集まり、魚にとっての休憩場所にもなります。暗くなり、ライトアップされた橋の下から裏側を見上げると、まるでSF映画に出てくる、宇宙船のような光景が現れました。

普段はなかなか見られないこんな風景を楽しみながら、釣りができるのも、東京湾ボートシーバスの魅力。大型に出会えることも多いこの場所ですが、残念ながらこの日は不発でした。次の場所を目指して、再び夜風を浴びながら移動します。

19:00 北風吹き抜ける東京ゲートブリッジに潜む大物を捕獲せよ!

サイズアップを目指してやってきた最後の場所が、この季節ならではのとっておきポイント。東京ゲートブリッジの足元の障害物に大型が潜んでいるそうです。ただし、年を経て大型になったシーバスは、ルアーを偽物だと見切ってしまうのも早いそう。ルアーを投げられるチャンスはわずか数回です。

北風に変わってさらに肌寒くなってきた中、水面近くを引けるルアーに付け替え、弱ったベイトフィッシュを演出して、ゆっくりと巻いて行きます。すると……

19:30 なんとか…獲った! 最後にドラマは待っていた。

3投目のキャストで、水面が突如爆発したかのようにシーバスがルアーをひったくっていきます。高見さんが「デカイ！ゆっくり慎重に！」とアドバイスを送ります。ところが、水面近くで暴れたシーバスの口からは、ルアーがぽろり……。

シーバスのルアー釣りが人気である理由は、ときにはジャンプを繰り返して暴れる、この猛烈なファイトにあります。目測で60cm以上はあったと思われるシーバスでしたが、酒井さんは悔しさを押し殺し、再び最後のキャスト。すると再び水柱が！

今度はしっかり針に掛かっているようです。慎重に魚を寄せ、高見さんが無事に玉網でキャッチ。ようやくキャッチした魚は50cm前後のシーバス。今日のタフコンディションの中で工夫を重ねて引き出した、価値ある一匹です。

最後の最後で、価値ある１匹に出会えた酒井さん。
「北風がかなり吹いてきて、外気温はやや寒いくらいになってたんですが、ウェアがそれをまったく感じさせず、快適そのものでしたね。最近のGORE-TEX生地は柔らかく小さくたたみやすい素材もあるので、夏でも小さくパッカブルにして持ちあるいています」(酒井さん)
船はマリーナに帰港しました。気づくとウェア表面にも細かな塩が付着し、キラキラと光っています。こうした場合、帰宅後、どのようにお手入れするのでしょうか？　ふたりにGORE-TEXウェアのメンテナンスについても、聞いてみました。
「GORE-TEXウェアは、メーカーの洗濯表記によって異なりますが、洗濯機で洗えるものもあります。私の場合、釣りに行くたびに手洗いで優しく洗っていますよ。GORE-TEXのジャケットって、もともと頑丈な生地なので、まめに洗ってメンテナンスすることで、経年劣化が少なくなり、すごく長持ちするんですよ。価格を見ると一見高価なんですが、それに見合う高い性能で釣りを思い切り楽しめますし、メンテナンスをしっかりすれば長く着られるので、とてもコスパがいいんです。他の素材と着比べてみても、GORE-TEXが持つ価値は別格ですね」(酒井さん)

20:00

帰港。道具とウェアをメンテナンス

「まずは、魚の粘液や汚れを落とし、手洗いしながら塩を抜きます。実はその後大事なことは、洗った後にしっかり乾燥させること。撥水性は実は表生地にある目に見えない無数の毛羽立ちで成り立っています。手洗い後、水を切った生乾きの状態のうちに、撥水剤＋乾燥機(低中温)にかけたり、乾燥後にタオルを当ててアイロンがけしたりすると、微細な毛羽立ちがよみがえり、また しっかりと撥水してくれますよ」(高見さん)

遊べる! GORE-TEX

釣りはエクストリームな遊び!
釣りに使えるものは、ほかのアウトドアでも兼用できる

これからの時期、外は寒くてウェアを着込んでいる状態でも、身体を動かしていれば発汗します。こんな状況でも、蒸れない、濡れない、風をシャットアウトするのがGORE-TEXウェアです。その真骨頂は、外の環境から身体を守るシェルターとして、外部環境の変化によるストレスを忘れさせ、遊びに集中させてくれるところにあります。

特に魚釣りはメンタルスポーツ。集中力が切れたら続けていられません。暑さ、寒さがもたらす不快な状態を、いかに快適な環境にするかが、釣りを楽しくできるかの分岐点なのです。
またGORE-TEXテクノロジーの基本性能である「防水・防風・透湿」のメカニズムは、パパがぜひ知っておきたいところ。そうすれば、家族のアウター選びの際も、正しいサジェスチョンが与えられますね。
極限の状況の中でテストを繰り返し、長年培われてきたGORE-TEXブランドの技術。この唯一無二の生地素材を、高い縫製技術でデザインした各メーカーの製品。アウトドアの中で遊ぶ自分と、家族の命を守る「シェルター」として、外遊びの道具箱に、必ず忍ばせておきたいですね。

GORE-TEXブランド 公式URL　https://www.gore-tex.jp/

協力：東京湾シーバスチャーターボートWith
http://seabass-with.com/
東京メトロ東西線、南砂町から徒歩約10分の東京湾マリーナから出航。釣りの初心者から大物狙いの上級者まで、年間通してシーバスを狙って出船しています。
1人からでも乗船可能な乗合は、ネットからの予約が可能です。1名11,500円(約4時間・最大3名まで)＋駐車場代500円。クレジットカード可。

どの媒体よりも詳しい。

石井和美の やりすぎ 家電比較

今回比較するジャンルはこちら

ドラム式洗濯乾燥機

4モデル

洗いから乾燥まで全自動で対応し、家事の時短に役立つ「ドラム式洗濯乾燥機」。洗濯物を外に干す手間を省くことができるので、共働き世帯にも人気だ。少ない水でたたき洗いをするので、汚れ落ちがいまひとつといった声も数年前までは多かったが、最近最新モデルはそういった弱点を克服し、乾燥時間も大幅に短縮されている。そこで今回は各社の最新モデルをお借りし、実際に洗濯から乾燥まで行った。

採点表の評価基準

- 5点：すごく良い
- 4点：少し良い
- 3点：普通
- 2点：少し悪い
- 1点：悪い

2 パナソニック ななめドラム洗濯乾燥機 NA-VX900AL

1 東芝 ZABOON TW-127X8

3 日立 ビッグドラム BD-SX110E

レビュー

Review

KADEN LAB.presents

私が厳しく比較しました

ISHII KAZUMI

家電プロレビュアー
石井和美

守谷市にレビュー用の家「家電ラボ」をオープン。白物家電を日々レビューし、メディアやブログで公開している。家電 blog 管理人。

4 シャープ
**プラズマクラスター洗濯乾燥機
ES-W112**

こんな厳しいテストをしました！

POINT | 1 汚れ落ち

醤油、ソース、ケチャップ、焼肉のタレ、口紅、ボールペンで汚したTシャツを2日ほど天日干しを行い、乾いた状態で洗濯を行った。

POINT | 2 操作性

操作部の使いやすさをチェック。最新モデルは多機能でコースも色々あり、操作で迷うこともある。わかりやすいかどうかをチェック。

POINT | 3 乾燥状態

新品のバスタオル2枚、子供の服、綿シャツなどを洗い、そのまま乾燥まで行った。おまかせコースで運転し、タオルの状態や衣服の乾き具合を確認。

POINT | 4 乾燥後のシワ

紳士用の長袖シャツのシワをチェックした。アイロンがけをしない状態でそのまま着られるのが理想だ。特にシワがよりやすい腕まわりがポイント。

POINT | 5 設置性

ハイエンドのドラム式洗濯機は本体もかなり大きめ。縦型洗濯機と違い、扉も手前に開けるので、場所をとる。設置場所のスペースも含めて実際に確認した。

POINT | 6 お手入れ

毎回掃除しなければならない面倒な乾燥フィルターの掃除方法をチェック。最新モデルは簡単にお手入れができる。各社の違いを確認し、評価する。

MODEL
1

汚れ落ちも使い勝手も抜群

東芝

ZABOON TW-127X8

実勢価格：38万2800円

洗濯容量12kg、乾燥容量7kgのハイスペックモデル。抗菌ウルトラファインバブル洗浄Wにより、抗菌しながら繊維の奥まで真っ白に洗うことができる。さらに、アクティブS-DDモーターで洗濯槽をダイナミックに動かし、洗いムラを抑える。洗濯容量は減るが、最高60℃の温水を使うモードもあり、肌着の除菌を行うことや、食油汚れをしっかり落とすことができる。液体洗剤や柔軟剤の自動投入機能も備えている。大型カラータッチパネルの採用で、操作も簡単だ。スマートフォン連携にも対応し、外出先からの操作が可能。レバーをプッシュするだけで、乾燥フィルターを掃除できる。

SPEC

容量：洗濯・脱水12.0kg／乾燥7.0kg

総外形寸法：幅645×奥行750×高さ1060㎜

質量：約90kg

乾燥方式：ヒートポンプ除湿乾燥

消費電力量：約78Wh（洗濯）／約1150Wh（洗濯乾燥）・おまかせコース　約710Wh（洗濯乾燥）

洗剤・柔軟剤 自動投入：あり

自動投入タンク容量：洗剤 約1000mL／柔軟剤 約700mL

IoT機能：あり

01 | 汚れ落ち

シミをつけてから2日間天日干しを行い、カラカラになった状態で洗濯。ソースは残っているが、醤油、ケチャップ、焼き肉のタレはよく落ちている。濃い色の口紅は落とすことはできなかったが、かなり色が薄くなっている。強く書いた油性ボールペンもうっすら見える程度まで落ちており、全体的に汚れ落ちはよい。

02 | 操作性

7インチの大型カラータッチパネルを採用。ハッキリと見やすい文字の大きさと色使い、シンプルな表示で迷わず操作できる。タッチパネルが大きいのでそれぞれの設定も大きく、押しやすい。「洗濯～乾燥」はグリーン、「乾燥」はオレンジなど、機能ごとに画面全体の色が変わるので、現在のモードがわかりやすい。

それぞれのコースから、「洗い」「すすぎ」などの設定を変更するのも簡単だ。好みの洗い方やご希望の設定も直感的に変更でき、目的の設定にたどりつきやすい。また、タッチパネルは明るいので、薄暗い夜間の洗濯時も文字がくっきり見える。取扱説明書が手元になくても設定方法がすぐ調べられるのも便利。

03 | 乾燥状態

標準コースで、洗濯から乾燥までかかった時間は2時間52分。ほぼ乾燥していたが、子どものズボンはゴムの分厚い部分が少し湿っていた。厚いバスタオルはしっかり乾いており、ふんわりしている。

04 | 乾燥後のシワ

洗濯後のシャツは、ボタンまわりや襟などに多少シワがみられるものの、全体的に少ない。特にシワがよりやすい腕もキレイに伸びており、ふだん着であればそのまま着られる。やわらかいナイロン生地、厚手の綿などは多少シワがよっていたが、Tシャツなどは少なく、縮みなどもみられなかった。

05 | 設置性

洗濯・脱水が12kg、乾燥が7kgと容量はトップクラスのため、本体は少し大きめ。他社と比較すると質量は5～10kg重いものの、ベルトのないダイレクトドライブ方式を採用しているため、低振動・低音設計となっている。そのため、夜間や早朝でも洗濯できる。衝撃吸収クッションを搭載しており、片寄りエラーも少ない。

06 | お手入れ

手間がかかる乾燥フィルターのお手入れは、ワンプッシュでゴミを出すことができる「プッシュ de ポン!」が便利。糸くずのたまりやすい乾燥ダクトも、洗濯時の給水を利用して自動でお手入れを行う。

Result

KADEN LAB.
家電ラボ
Drum washing machine
CHAMPION ★★★ 1位

27 POINTS /30

評価 ISHII KAZUMI EVALUATION

汚れ落ちがよく、乾燥後のシワも少ない 操作も簡単、お手入れも迷わずできる

洗濯・脱水容量は12kg、乾燥時は7kgと大容量で、一度にたっぷり洗濯できるのが嬉しい。ウルトラファインバブル効果で、細かい泡が洗剤と一緒に繊維に入り込み、常温の水でも短時間でしっかり落ちている。容量が大きいので衣類乾燥時もゆとりがあり、シワも少ない。タッチパネルも大きく直観的に操作できるので、洗濯物に合わせたコース変更も迷うことなくできる。新モデルから洗剤・柔軟剤自動投入機能が搭載されたが、投入口が広めで、洗剤などを袋から入れやすかった。洗濯時の音も静かで低振動のため、夜間も使うことができる。短時間で洗濯から乾燥まで約1時間でできる「少量コース」なども便利だ。

✔ プロレビュアーによる採点!

項目	評価
汚れ落ち	■■■■■
操作性	■■■■■
乾燥状態	■■■■□
乾燥後のシワ	■■■■□
設置性	■■■■□
お手入れ	■■■■■

MODEL 2

タオルがふわふわ!

パナソニック

ななめドラム洗濯乾燥機 NA-VX900AL

実勢価格:41万5800円

洗濯容量11kg、乾燥容量6kgの最新モデル。泡洗浄Wで繊維の奥もきれいに洗える。大水流シャワーで頑固な汚れも落とす「パワフル滝(洗い・すすぎ)」コースやふんわり乾かす「タオル専用」コースも追加。ナノイーXによる除菌・消臭や温水洗浄、液体洗剤や柔軟剤の自動投入も可能で、スマートフォン操作にも対応。

SPEC

容量:洗濯・脱水11.0kg/乾燥6.0kg

総外形寸法:幅639mm×奥行722mm×高さ1058mm

質量:約79kg

乾燥方式:ヒートポンプ

消費電力量:68Wh(洗濯)/890Wh(洗濯乾燥時)・おまかせコース

液体洗剤・柔軟剤 自動投入:あり

自動投入タンク容量:洗剤 約870mL/柔軟剤 約580mL

IoT機能:あり

01 | 汚れ落ち

まんべんなくシミは落ちており、特に焼肉のタレはほぼ見えない程度まで落ちていた。口紅と油性ボールペンは色が薄くなっている。

02 | 操作性

タッチパネルは明るく見やすいが、「戻る」ボタンが別なのは不便だった。タッチパネル内のタブなどを直接タッチして戻れるようにしてほしい。

03 | 乾燥状態

カラカラになりすぎず、ちょうどよい肌触りに仕上がる。特に驚いたのはタオル類。通常モードでもパイルが立ち、ふっくらとしていた。

04 | 乾燥後のシワ

Tシャツ、子どものズボンなどはそれほどシワが目立たなかったが、大人のシャツ類は襟元と袖にシワが多く、アイロンがけが必要。

05 | 設置性

洗濯・脱水が11kg、脱水が6kgという容量の中では、標準的なサイズ。扉のフチや操作部の濃いカラーが目立ち、本体が大きく見える。

06 | お手入れ

乾燥フィルターはツルツルしたメッシュを採用している。ティッシュでこするとボロッと簡単に落ちるが、そのまま落とせるようにしてほしい。

Result

SECOND ★★ 2位 24 POINTS /30

タオル類の「ふんわり」はダントツ 上質な暮らしをしたい方にぴったり

洗濯中、槽が頻繁に止まって方向を変え、めまぐるしく動き、洗濯物をまんべんなく移動させて洗っている。たたき洗い、こすり洗いなどがしっかりできているので、靴下などの泥汚れがキレイに落ちた。ただ、振動が大きく、ガタガタする音が気になった。新モデルからは、黄ばんだおしゃれ着を、約7時間かけてつけおき洗いができる。また、他社にはない「タオル専用」コースが新たに搭載された。肌触りのよいふっくらやさしい感触に仕上がるコースとなるが、通常のコースでもタオルのパイルは立ち、肌触りはとてもよい。

プロレビュアーによる採点!

汚れ落ち

操作性

乾燥状態

乾燥後のシワ

設置性

お手入れ

MODEL 3

シワの少なさはダントツ

日立

ビッグドラム BD-SX110E

実勢価格：37万1800円

洗濯容量11kg、乾燥容量6kgの高級機。ナイアガラ洗浄で頑固な皮脂汚れや泥汚れもキレイに。液体洗剤や柔軟剤の自動投入機能やAIが洗い方を判断する「AIお洗濯」も搭載。高速風でシワを伸ばして乾燥する「風アイロン」でシャツのシワもすっきり。スマートフォン連携により、遠隔操作や洗濯コースの追加が可能。

SPEC

容量：洗濯・脱水 11.0kg／乾燥 6.0kg

総外形寸法：幅630㎜×奥行715㎜×高さ1065㎜

質量：約80kg

乾燥方式：ヒートリサイクル乾燥

消費電力量：66Wh（洗濯）／850Wh（洗濯乾燥時）

液体洗剤・柔軟剤 自動投入：あり

自動投入タンク容量：洗剤 約1000mL／柔軟剤 約700mL

IoT機能：あり

01 汚れ落ち

全体的にシミは薄くなっているが、ソースが濃い目に残っている。口紅や油性ボールペンは色がかなり薄くなっていた。

02 操作性

ボタンがずらりと並んでおり、迷いやすい。特にコースを変えたい場合、ボタンを何度も押さなければならず、赤い文字表示も見にくかった。

03 乾燥状態

湿っていた部分もほとんどなく、縮みもなく、よく乾燥している。ズボンゴムなどの分厚い部分も乾いていた。バスタオルもふんわり。

04 乾燥後のシワ

乾燥後のシワは少ない。袖まわりも縮むことがなく、このまま着られそう。アイロンがけするときも、シワが少ないので短時間で終わる。

05 設置性

他社と比較すると数ミリから数センチの差ではあるが、サイズは小さい。狭いサニタリールームの防水パンにもぴったり収まった。

06 お手入れ

本体の上部にある乾燥フィルターは、上に引いて取り出す。ケースを引くとホコリがボロッとはがれ落ちるので簡単だ。

Result

評価 ISHII KAZUMI EVALUATION

SECOND ★★ 2位 24 POINTS /30

「風アイロン」ですばやく乾燥 乾燥後のシワは少なく、すぐに着られる

高速風で衣類を大きくまき上げながら効率よく乾燥している。今回比較した中で、乾燥後のシワが一番少なかった。ふだん着なら十分着られる状態で、アイロンがけをする際もラクだ。ただ、乾燥時の振動が他社よりも大きいのは気になった。汚れの量や水の硬度、布量などにあわせて洗濯時間や水量などを自動でコントロールする「AIお洗濯」を搭載しているので、AIあり・なしで運転してみたが、4人分のさまざまな洗濯物を入れると、AIを実感しにくかった。乾燥後に入り口付近のパッキンにホコリが付着するので改善してほしい。

プロレビュアーによる採点！

汚れ落ち
操作性
乾燥状態
乾燥後のシワ
設置性
お手入れ

MODEL 4

超音波ウォッシャーが超便利

シャープ
プラズマクラスター洗濯乾燥機 ES-W112

実勢価格：30万580円

洗濯容量11kg、乾燥容量6kgの最上位機。マイクロ高圧洗浄で、衣類に優しい洗いとすすぎを実現。超音波ウォッシャーにより、部分汚れを素早くキレイにできる。プラズマクラスターで内部のカビ菌の繁殖を抑え、衣類の除菌や消臭も可能。スマートフォンとの連携機能や「乾燥フィルター自動お掃除機能」も搭載する。

SPEC

容量：洗濯・脱水 11.0kg／乾燥 6.0kg

総外形寸法：幅640㎜×奥行728㎜×高さ1104㎜

質量：約85kg

乾燥機能：ヒートポンプとサポートヒーターのハイブリッド乾燥

消費電力量：65Wh（洗濯）／600Wh（洗濯乾燥時）

液体洗剤・柔軟剤 自動投入：なし

IoT機能：あり

01 | 汚れ落ち

洗剤・柔軟剤の自動投入機能はないので、自分で計量して投入した。しょうゆ、ケチャップ、ソースなどのシミは少しだけ残っている。

02 | 操作性

操作パネル部分は、必要な操作ボタンなどが浮き出る。コントラストがハッキリしており、見やすい。操作しないときはオフになる。

03 | 乾燥状態

乾燥時の音は静かで、振動も少ない。タオル類はふんわりとしており、肌触りがよいが、ズボンのゴム部分はかなりしめっていた。

04 | 乾燥後のシワ

腕だけでなく身ごろなどにも、深いシワがよっていた。シャツだけでなく、Tシャツやズボンなどもシワになっており、基本的にアイロンがけが必要。

05 | 設置性

本体はそれほど大きいわけではないが、扉が面で開くため、手前のスペースをとる。下に洗濯かごなどを置くと引っかかることがあった。

06 | お手入れ

乾燥のたびにお手入れが必要な乾燥フィルターのホコリを自動で掃除してくれる。ダストボックスに集まったゴミを簡単に捨てられる。

Result

THIRD ★ 3位 23 POINTS /30

スタイリッシュなデザインが魅力 襟汚れがすぐ落ちる超音波ウォッシャーも便利

音が静かで振動もほとんどなく、夜間でも使える。操作もシンプルで、ガラストップの表示はとても見やすい。洗剤・柔軟剤自動投入は対応していないので、自分で計量しなければならない。最初に表示された時間よりもAIで判断して短くなることがある。ただ、乾燥後は子どものズボンのゴムはしめっており、全体的にシワが多い印象だ。付属しているペンタイプの超音波ウォッシャーは、毎秒3万8000回の超音波振動で、襟汚れなどを落とすことができる。常に充電されており、部分汚れをサッと落としてから洗濯できるのは便利だった。

✓ プロレビュアーによる採点！

汚れ落ち
操作性
乾燥状態
乾燥後のシワ
設置性
お手入れ

まとめ評価

洗剤・柔軟剤自動投入が主流 汚れ落ちもアップ、各社の個性が光る新モデル

数年前まで、たっぷり水を使って洗濯する縦型洗濯機のほうが汚れは落ちると言われていた。最新のドラム式洗濯機は、勢いよく水を当てたり、泡を利用したり、少ない水でも繊維の奥に入り込んだ汚れまで届く。さらに槽を複雑に動かすことでたたき洗いやこすり洗いができるようになり、汚れ落ちは格段にアップしている。しょうゆやソースなどのシミをしっかり乾かしてから洗濯を行ったが、汚れ落ちは想像以上によかった。本連載では過去に縦型洗濯機の比較レビューを行ったが、遜色ない。また、乾燥時間も一昔前と比較すると短縮されている。今回はすべて3時間以内で洗濯から乾燥まで終わった。

子どもが中学生と小学生で、毎日大量の洗濯物をしなければならないわが家が一番使いやすいと感じたのは、東芝だ。お湯を使わなくてもナノサイズの泡を使った水で洗うため、汚れ落ちがよく、低温・低振動で夜間でも使える。連日夜間に体操着などの洗濯をしなければならず、約1時間で乾燥まで終わる「少量コース」が便利で、音が静かな東芝は魅力的だった。タッチパネルの操作もしやすく、乾燥時のシワも少ない。今回試した中では乾燥容量が7kgと一番大容量で、たっぷり乾燥できる。バランスがよく、全ての機能において大きな不満はなかった。

パナソニックは槽を複雑に動かしながら洗濯しており、泥汚れに強かった。タオル専用モードなど、独自機能にも力を入れており、上質な暮らしを目指す人におすすめだ。日立は乾燥後のシワが少なく、アイロンがけをしなくてすむ。ワイシャツなどでアイロンをかけて折り目をつけたい場合も、シワがほとんどついていないので短時間で終わる。シャープは、付属している「超音波ウォッシャー」が便利だった。黒くなりがちな襟汚れも、洗面所で濡らしてサッとこすってから洗濯機で洗えば、新品のように真っ白の状態で気持ち良く着られる。

このように、各社で個性が異なるので、特徴を見極めて選んでほしい。子どもがいるのか、夫婦二人なのか、洗濯する衣類の種類によっても選び方は大きく変わる。

一度使うと手放せない 洗剤・柔軟剤自動投入

新モデルで特筆すべき点は、「洗剤・柔軟剤自動投入」だ。4製品中、3製品に搭載されている。詰め替え用の液体洗剤や柔軟剤を一袋そのまま入れておけば、洗濯物の分量に応じて自動で投入してくれる。適切でない洗剤の量は衣類や洗濯機に悪影響を与えてしまうこともあるが、これならいちいち複雑な計量や液だれで不愉快な思いをすることがない。洗剤・柔軟剤を別の銘柄に変更する際は分量の設定を行わなければならないが、今回レビューした洗剤・柔軟剤自動投入モデルはWi-Fiに対応しており、スマートフォンで指定できる。該当の銘柄を選ぶだけなので簡単だ。

ドラム式洗濯機の魅力は、ボタン一つで乾燥まで行えることだが、同機能が搭載されたことで、真の意味で全自動となった。洗剤などの置き場所を確保する必要がなくなるので、今後購入するのであれば、ぜひ自動投入機能があるタイプを選択肢に入れてほしい。

（ その他のチェックポイント ）

1 洗剤・柔軟剤自動投入

洗剤・柔軟剤自動投入機能は、ハイエンドモデルでスタンダードになりつつある。詰め替え用の洗剤や柔軟剤を入れておけば、あとは自動で計量をしてくれる。どのモデルも容器を取り外して洗える。

2 パッキンのゴミ

乾燥後、どのメーカーもパッキンにホコリのようなゴミが付着していた。特に多かったのは日立だ。以前からこの問題は日立に限らず、指摘されており、ユーザーの不満も大きいので改善してほしい。

3 オリジナル機能

各社でオリジナル機能は異なる。シャープは取りはずして使う「超音波ウォッシャー」を装備。襟汚れなどもサッと洗って洗濯できる。常に本体で充電されているのでいつでも使える。

グッドデザイン賞を受賞

外観と使い心地が緻密に計算し尽くされたウォーターサーバー

富士山の標高1000m地点の地下で採水された天然水が気軽に利用できるフレシャスのウォーターサーバー。
水の高品質さに加えて使い心地が良く、
住空間に馴染む佇まいの唯一無二のデザイン性が特徴だ。同製品の魅力に迫る。

text by 奈津子　photo by 下城英悟（GREEN HOUSE）

左から順に
Slat
Slat＋cafe（新製品）
dewo/dewo mini

日本初。新モデルは
天然水ドリップコーヒーも
気軽に飲める2in1仕様。

富士山の銘水
FRECIOUS Slat+cafe
購入プラン6万6000円(税抜)
レンタルプラン1320円(税抜)
※レンタル料は条件付き無料※水代は別途

UCCグループとの共同開発品で「DRIP POD」機能を一体化している。サイズ:横幅/290mm 奥行き/350mm 高さ/1110mm 重さ/25.5kg タンク容量/冷水1.5L 温水1.5L

冷水・常温水・温水のほかにユーザーからの高い期待の声に応えカフェ機能が追加。単体のコーヒーメーカーを使う際に必須となるタンクへの面倒な水継ぎや手入れが不要。専用の「UCCドリップポッド」のカプセルや市販の挽いた豆を使い天然水の本格コーヒーが楽しめる。

カフェインレスやアイスコーヒー、
紅茶や緑茶も気軽に楽しめ手入れが簡単。

「UCCドリップポッド」のカプセルを付属の専用ホルダーに装着してボタンを押すとコーヒーや紅茶、緑茶にそれぞれ最適な温度と湯量で抽出を開始。カプセルの種類は随時更新されていくという。抽出後のカプセルはそのままゴミ箱へ捨てることができ、専用フィルターを使えば市販の豆も使用可能。専用ホルダーの先端は水ハネが低減できるよう研究を重ねたのだそうだ。

(左)奈津子:当連載の筆者。実際にSlatを自宅で愛用している。(右)富士山の銘水・開発部部長の溝内竜士氏。dewoとSlatシリーズのプロデューサーを務める。

水が美味しいだけじゃない。独自路線を歩むフレシャスの開発秘話

高いデザイン性だけでなく、Amazonと連携し、水の自動再注文を可能にしたIoTウォーターサーバーを発売するなど、業界内でも唯一無二の存在感を放つ富士山の銘水。同社の開発部部長の溝内氏に製品について詳しく話を聞いた。

SLEEP機能・エコモード・デュアルタンク機能を搭載し一般的な製品よりも電気代を約70パーセント節約できる。Slatは吸水口の位置が一般的なサーバーよりも26cm高く設計されているため、楽な姿勢で給水しやすくワイドトレーには鍋なども置けるため調理中にも非常に使いやすい。

2011年の東日本大震災以降、消費者の備蓄意識への高まりを受け、過当競争に発展してきたというウォーターサーバー市場。そこで他社との差別化を計るために開発されたのが溝内氏がプロデューサーとなり、世界的な評価を受けるプロダクトデザイナーを起用し開発されたdewo(以下:デュオ)だそうだ。

「**安全性、省エネ性、衛生面、ユーザービリティ、デザイン性。この5つを向上させることがプロジェクトの軸でした。**それらを両立させるためにも住環境に馴染むデザインがデュオの大きなテーマでした。フォルムに関しては"雫の表面張力"を彷彿とさせるラウンド加工が施されています。**カラーはピンク、ベージュ、ブラック、ホワイト、限定色のブルーで、いずれも日本の自然光にマッチする淡い色味をラインアップしています**」

その言葉通り、従来の無機質なイメージのウォーターサーバーとは異なり、デュオは使うほどに愛着を感じる温もりのある印象を受ける。しばらく経ち、細長いスクエア型のパネルが印象的なSlat(以下:スラット)を発売した狙いはどこにあるのだろうか。

「スクエアとラウンドのフォルムはユーザーの好みが二分化するので両方のテイストを揃えようという理由がありました。また**内部構造の大きな違いとして、デュオは7.2ℓの水のパックを本体の上部にセットする仕様なんですが、スラットでは9.3**

最適な温度・蒸らし・抽出スピードをUCCのノウハウで自動で行ってくれる点が嬉しい。水ボトルは足元に設置するため交換時のストレスが少ない。定期的に温水を循環させるフレッシュ機能で衛生面も維持しチャイルドロック機能で安全面も配慮。

ℓのペットボトル型の水を下部にセットします。これによって水の交換頻度を減らすことができたのですが、**そのぶん重くなったので身体の負担が少ない下置きにしました。当社ではデザイン性だけでなく、力が弱い方でも水交換がしやすいような設計と操作性を研究して反映させています」**

デュオ、スラットときて更にコーヒーが飲めるユニークな新モデルSlat+cafeを開発したのはどのような意図があったのだろうか。

「デザインだけでなく、より他社との差別化を計るためにはどうすれば良いのか考えました。当初は炭酸水などを作れるようにしたらどうかという案もあったのですが、**ユーザーからの要望で一番多かったのがコーヒーを飲める機能だったんですね。**それで始めはエスプレッソ方式で検討していたのですが、ユーザビリティ面で課題がありました。途中から、ドリップ方式のコーヒーは我々が提供する軟水と相性が良いことがヒントとなり、その流れで偶然にもUCCさんと出会いドリップ方式を採用することになりました。**UCCさんとしても美味しいコーヒーの元までは提供できても、高品質の軟水を使用してユーザーが淹れてくれるかどうかは環境次第になってしまう。でも、我々と組めば美味しいコーヒーが確実に提供できるということで要望が一致したんです」**

付加価値への飽くなき探究心を持つ同社と、老舗飲料メーカーのUCC。**この奇跡的な出会い**が日本初のウォーターサーバーを生み出したのだ。だが開発は試行錯誤を繰り返したと言う。

「限られた内部にUCCのドリップポッドの機能を入れ込むのが大変でした。当初から、元々のSlatのデザインには絶対に手を加えたくないと考えていました。最終的には瞬間湯沸かし器の役割を持つ部位をコンパクト化することで何とか成功しました。**また、熱湯でカプセル抽出する際、専用ホルダーの先端に水流をコントロールする独自のミゾをつけたことによって水の飛びハネを低減しています」**

ミリ単位での戦いがあったことが、細かい細工からよく伺える。匠の技が集結された同社のウォーターサーバーは今後どのような未来へ向かうのだろうか。

「自動販売機やファミレスのドリンクバーの様なもので、家に置ける製品を造りたいですね。濃縮エキスを使ったフレーバー水とか各家庭にあったら楽しそうじゃないですか。当然ハードルは高くて実現できるかは分かりませんが、**様々な制約を乗り越え目標コスト内に抑えて発売するということは、メーカーの開発者として一番難しいところであり、楽しいところでもあるんですよ」**

溝内氏の鋭い眼差しが、少年のようにキラリと輝いた瞬間だった。

家電女優
奈津子

家電をこよなく愛するタレント。数々のレビュー執筆やメディア出演を行う。Instagramは「natsuko_kaden」。「開運!なんでも鑑定団」に出演中。

シャークのEVOFLEXは、国際規格[※2]に準拠し
強モード[※3]で実施した床のゴミ取り性能テスト[※4]において
より多くのテストでより良い結果を得ました。

IEC規格62885-2に準拠したゴミ取り性能テスト		テスト結果
5.1	硬い床での塵埃取りテスト	同等
5.2	溝のある硬い床での塵埃取りテスト	同等
5.3	カーペットでの塵埃取りテスト	EVOFLEXが優位
5.4	壁際の塵埃取りテスト - 硬い床 - 前方	EVOFLEXが優位
5.4	壁際の塵埃取りテスト - 硬い床 - 両サイド	同等
5.4	壁際の塵埃取りテスト - カーペット - 前方	EVOFLEXが優位
5.4	壁際の塵埃取りテスト - カーペット - 両サイド	同等
5.5.2	カーペットでの繊維のゴミ取りテスト	EVOFLEXが優位
5.6	カーペットでの糸くず取りテスト	同等

もっとも売れているコードレススティック掃除機※1よりも強モードで確実にゴミを取り除きます

シャーク
EVOFLEX

実勢価格：6万4800円

※1：独立第三者リサーチ会社提供のPOS売上データ（2018年4月〜10月、金額・数量双方において）　※2：IEC（国際電気基準会議）規格62885-2 5.1（硬い床での塵埃取りテスト），5.2（溝のある硬い床での塵埃取りテスト），5.3（カーペットでの塵埃取りテスト），5.4（壁際の塵埃取りテスト―硬い床），5.4（壁際での塵埃取りテスト― カーペット），5.5.2（カーペットでの繊維のゴミ取りテスト），5.6（カーペットでの糸くず取りテスト）　※3：強モード対強モードで実施　※4：試験機関：英国IBR社

アスリートを勝たせる 道具やテクノロジーにフォーカス

TOOLS TO WIN. Special

9月15日に開催されたMGC（マラソングランドチャンピオンシップ）。
東京五輪のマラソン日本代表を決めるための大会で、
日本記録保持者である大迫傑選手は、3位に。代表内定とはならなかったが、
3位となったことで、3人目の代表となる可能性は十分に残った。
日本のトップランナーが集結したMGCはどんなレースだったのだろうか。

Text by 神津文人
Photo by 野町修平（APT ／シューズ）、
YUTAKA/アフロスポーツ（大会写真）

ATHLETE FILE NO.18

厚さより速いものはない

RUNNER NO.18

大迫 傑

×

RUNNING SHOES

ナイキ

ナイキ ズームエックス
ヴェイパーフライ ネクスト%

「強い気持ちを持ち続けてゴールできたというのは凄く大きな意味を持っています」

SUGURU OSAKO

おおさこ・すぐる／1991年9月23日生まれ。東京都出身。リオ五輪には、5000mと10000mで出場している。2018年のシカゴマラソンでマークした2時間5分50秒は、男子マラソンの日本記録。

ATHLETE FILE NO18

9月15日に開催されたMGC（マラソングランドチャンピオンシップ）。2017年夏から2019年春にかけて行われたMGCシリーズにおいて、規定の順位やタイムをクリアした選手のみが、MGCファイナリストとして、スタートラインに立った。

男子の出場選手は30人。上位２名が東京五輪の代表に内定となる。タイムが関係ないうえにペーサーがつかず、スタート時点で26.5℃という気温ゆえ、後半までレースが動かない展開も考えられた。しかし、前日の記者会見での宣言通り前日本記録保持者の設楽悠太選手が１人で飛び出す。

「設楽選手かどうかはわからないですが、誰かが出る可能性はあると思っていました。ただし１人で出た場合は、最後まで行き切るよりも、落ちてくる可能性の方が大きいかなと思い、ついていかないという判断をしました」

過去のマラソンでは、全体を見渡すように集団の後方に位置することが多かった大迫選手だが、MGCでは集団の前方を走り、他選手の仕掛けに対応していた。

「良くも悪くも、僕を中心にレースが動いていたと感じていて。変に中心になり過ぎてしまったなとは思います。設楽選手が出ていったときも、僕が反応すれば、おそらくついてくる選手がいたでしょうし。集団で誰かが仕掛けたとき、いつもひと呼吸、ふた呼吸おいてから行きますし、今回もそうでした。ただ、普段なら様子を見ている間に他の選手も行くんですが、今回はそれがなく、仕掛けに対して最初に反応してついていったので、結果、脚を使い過ぎてしまったのかなというのは、反省点としてあります」

中間点では２分以上の差があった設楽選手を、37km過ぎで先頭集団がとらえる。残り３kmで中村匠吾選手がスパートすると、追走できたのは、大迫選手と、服部勇馬選手のみ。一度大迫選手がトップに並ぶが、そこで中村選手が再度スパートして見事に優勝。大迫選手は３位となった。代表内定の切符を獲得することはできなかったものの、MGCを走り終えての満足感も少なからずある。

「２位までには入れなかったことを残念に思っているというのが大前提にありますが、脚がいっぱいいっぱいで『本当にゴールできるのか』と思った瞬間があった中で、強い気持ちを持ち続けてゴールできたというのは、凄く大きな意味を持っています。自分が、メンタルに強い部分を持てていることを感じることができました」

大迫選手が東京五輪の出場枠を獲得できるかは、MGCファイナルチャレンジの結果次第。該当する３レースで日本記録が更新されなければ、大迫選手が代表に内定する。大迫選手がファイナルチャレンジを走るかは未定。そして「東京五輪のことはまだ考えられない」というが、今回のMGC同様、大声援を浴びながら東京五輪のコースを走る大迫選手の姿が観たい。

ROAD TO

NIKE
NIKE ZOOMX VAPORFLY NEXT%

今年4月のロンドンマラソンでエリウド・キプチョゲ選手が、コースレコードで優勝した際にも着用していた「ナイキ ズームエックス ヴェイパーフライ ネクスト%」。大迫選手はもちろん、優勝した中村匠吾選手、2位の服部勇馬選手をはじめ、MGCでトップ10に入った選手のうち8名が着用していた。選手たちが着用しているシューズは市販品とまったく同じ。価格：3万250円。

トップランナーに愛される 進化した厚底

OUT SOLE

雨天時やウェットなコンディションのときも、確実に路面を捉えられるように、アウトソールのトラクションパターンが改良された。雨天時はもちろん、レース中、先行したランナーがこぼした水やドリンクで濡れた路面に入るときも、安心して地面を蹴っていける。

MID SOLE

エリート向けランニングシューズの常識を変えた"厚底"シューズ、「ナイキ ズーム ヴェイパーフライ 4%」よりも、ミッドソールはさらに厚くなっている。ナイキ ズームエックス フォームの量は全体で15%増加。前足部は4mm、踵部は1mm厚くなり、それぞれ25mmと33mmに。オフセットは8mmになった。「クッション性が増し、より足を守ってくれるような印象になった」と大迫選手。

UPPER

アッパーにはヴェイパーウィーブと呼ばれる素材を採用。ナイロンをベースにTPUプリントで補強したことで、サポート性がありながら、薄く、軽い。水分の吸収が極めて少なく、雨天に強いのが特徴。選手が水を被りながら走るようなレースの際も、アッパーが水を吸ってシューズが重くなることがない。

神津文人

ライター・エディター。ヘルス&フィットネス、スポーツプロダクト関連を中心に執筆中。累計15万部を突破した「青トレ」シリーズ、「定年後が180度変わる大人の運動」（ともに徳間書店）などの書籍の構成も。編集協力をした「疲れないカラダになるライザップトレーニング」（マガジンハウス）が好評発売中。

2020 >>>

LG Electronics
LG SIGNATURE
ワインセラー
※日本国内発売未定

LG Electronics
LG SIGNATURE
InstaView Door-in-Door 冷蔵庫
実勢価格：95万940円

美しいガジェットや
インテリアのような生活家電。
まるでアート作品のような逸品たち。

LG Electronics
LG SIGNATURE
DUALWash洗濯機
実勢価格：49万4640円

LG Electronics
LG SIGNATURE
加湿空気清浄機
※日本国内発売未定

LG Electronics
LG SIGNATURE
8K 88インチ有機ELテレビ Z9
※2019年秋発売予定

これなら家事が苦手な男性も
思わず使いたくなります。

楽天市場のショッピングSNS

公式インフルエンサー2人まとめて約120万フォロワー！

ROOMでパパもこれ買いましょう！

インテリアスタイリスト窪川勝哉と本誌編集長滝田勝紀が、毎月パパが選んで後悔しないセンスのいいインテリア&家電を紹介。楽天ROOMのコレクションを作ってるので、それぞれフォローすれば直接買えます！

＼約62万 フォロワー／

Profile_MASAKI TAKITA

編集者／ライター。「デジモノステーション」の編集長やAllAboutの家電ガイドを務める。メディアプロデュースやメーカーのコンサルタントを担当するConnect Cross代表取締役。幻冬舎の「ゲーテ」など、数多くの媒体で生活家電やテクノロジー系の連載を持つ。
https://room.rakuten.co.jp/masakitakita/items

家電選者

家電公式インフルエンサー
家電スペシャリスト
滝田勝紀

増税しても今すぐ欲しい
家電&イ

popIn
popIn Aladdin

dyson
V8 Slim Fluffy+

BALMUDA
BALMUDA the Pure

きれいな空気と部屋で20%以上楽しい映像鑑賞ライフを！

２%余計に税を払うわけですから、今の生活を20%増し！最低10倍返しで快適にならないと納得いきません。

そんな目線で選んだ１点目が「popIn Aladdin」。これまでホームシアターを作りたいと思っていても、とにかく面倒でした。でも、本機は購入したら照明として取り付けるだけ。白壁に向ければ一気に大画面ホームシアターの出来上がり。みんな大好きなYouTubeやNetflixなどもアカウントを入れるだけで大画面で鑑賞し放題！ Bluetooth接続すれば、高音質な天井スピーカーにもなっちゃいます。

憧れのダイソンでオススメなのがスティック掃除機「V8 Slim Fluffy+」。軽量化したのに、ロール状のFluffyヘッドを搭載していて清掃力はそのまま。付属のLED隙間ノズルは光るので、細くて暗い家具の隙間のゴミも見逃すことはありません。もし古い掃除機を使っている人は、確実に20%増し以上で掃除がしやすくなること間違いなしです。

さらに部屋をきれいにした後は、当然空気だってきれいにしておきたいもの。バルミューダの「BALMUDA the Pure」はまさにシンプル・イズ・ベストなデザインと、光によって見えない空気の汚れをしっかり吸っていると実感させる機能をバランスよく融合。どんな部屋にも調和するボディデザインは、主張しすぎず見た目にもきれい。増税後に購入しても損はしませんよー！

ROOMとは?

https://room.rakuten.co.jp/

「欲しい!」に出会える楽天市場のショッピングSNS。好きなセンスの人をフォローして『こんなの欲しかった!』を見つけましょう。楽天IDがあれば30秒で始められます♪

インテリア

インテリア選者

＼約61万 フォロワー／

インテリア公式
インフルエンサー
インテリアスタイリスト
窪川勝哉

Profile_KATSUYA KUBOKAWA

インテリアスタイリスト。数多くのテレビ番組などのインテリア企画や雑誌でのスタイリングなどを手がける。毎年数週間は海外の家具&雑貨の展示会に赴き、バイイング兼最新のトレンドリサーチも行う。東洋大学ライフデザイン学部非常勤講師。本誌でもインテリア記事を執筆する。
https://room.rakuten.co.jp/kubokawakatsuya/items

日美
TREKANT2

ヒロバ・ゼロ
バイオエタノール暖炉

Vitra
Eames Wool Blanket

これからの時期にピッタリな暖とオシャレを同時に楽しむ!

夏に比べると家で過ごすことが多くなるシーズンが到来。そうなるとお部屋のインテリアもより気になるもの。というわけで、ここではこの秋冬を快適に過ごすための厳選したアイテムたちを紹介。増税してしまった後とはいえ、これはもうすぐにでも使いたい！　というものトップ3です！

1点目が「Nichibi Woodworks」が自信を持ってリリースする、布団を掛けなければテーブルにしか見えない、通年対応のモダンすぎるコタツ。続いて2点目が、今注目の暖房器具「バイオエタノール暖炉」。サトウキビやトウモロコシなどを発酵させて作ったアルコール「バイオエタノール」を燃料に、煙や燃えかすが出ず、マンションや賃貸の家でも気軽に取り入れることができます。しかもお手頃サイズかつお手頃プライスなところも注目したいところ。

さらに3点目として、あのアメリカミッドセンチュリー期を代表するデザイナー、チャールズ&レイ・イームズが1947年のMoMAの展覧会用にデザインした「ドットパターン」の高品質ラムウールブランケットも手に入れたい。

マイルームに暖をもたらしてくれるのはもちろんのこと、インテリア好きが唸るオシャレさも同時にもたらしてくれるアイテムばかり。ちなみにこの中では我が家は「バイオエタノール暖炉」をインストール済みです！　やはりプリミティブな炎の揺らぎに癒されますね。

DECEMBER 2019

FOOD

梶原由景が歩いて出会った
美味しいお店

LIFE

伊藤嘉明が本気の人にだけ伝える戦うヒント

人生万事
振り切るが価値!
Returns

RUNNING

GOLF

意識低い系ゴルファー篠田哲生の
"練習せずに道具で100切り"
が合言葉

BEAUTY

藤村岳が教える
メンズビューティの1/365days
男美均整の
コトハジメ

RELIC

古田雄介が解く
死後のデジタルデータ取説

SmartPhone

スマホ安全アドバイザー
鈴木朋子が教える

こどもの
スマホデビュー

梶原由景　幅広い業界にクライアントを持つクリエイティブ・コンサルティングファームLOWERCASE代表。デジタルメディア「Ring of Colour」などでオリジナルな情報を発信中。

kajiwara_lc
雙連朝市

kajiwara_lc かの有名な意麺屋さんに来てみたYO！🍜

梶原由景が歩いて出会った
美味しいお店

I eat, therefore I am

#24

朝市

雙連朝市

台湾／台北

住所：台北市民生西路45巷（MRT「雙連」駅の付近一帯）
営業時間：朝8時頃〜13時半頃
休業日：年中無休

好事家の間で話題の塩水意麵は早起きして雙連朝市で買うか、もし起きれなかったら夕方の水源市場へ。併売されているたれもなかなかの味だとか。

前回台湾の乾麵文化について触れた。その際「塩水意麵（えんすいいめん）」なる聞きなれない名称も登場したのだが、今回はそこをもうちょっと掘り下げたい。

一部好事家の間でも「どこで買えるのか？」「最適な茹で時間は？」「味付けはどうするのか？」など議論の的である。まず売り場だが、一番有名なのは「雙連朝市」。文昌宮という寺院の門前に展開される朝市にある麵専門の屋台だ。乾麵だけではなく生麵も売られていたり、意麵の付け合わせにする揚げエシャロットなども売っている。意麵は基本混ぜ麵として食べるので、3分ほど茹でて自作のたれやパクチー、ネギなどと和えて食べるのが良い。僕は一時期新宿などにも出店していた「鬍鬚張魯肉飯（ひげちょうるうろうはん）」でレトルトの魯肉を仕入れ、それを掛けちょっと辛味を足したりして楽しんでいる。

さて、今回台湾マスターであるスズキ・スムース氏の案内で夕方の「水源市場」に行ってみた。実はここに入っている餃子の屋台でも「塩水意麵」は売られているのだ。「雙連朝市」はその名の通り朝しかやってないのでここは意外に穴場かも。しかもインスタントラーメンにくっついてくるような体裁の和え麵用のたれも併売している。いくつか買い込み麵好きの友人にお土産として渡したのだが、見かけに反しなかなかの味だったという。次回からはここでいろんなタレも買い込もう。

「KiKi麵」もそうだったが、台北のグルメ業界には芸能人などが経営に参加し自ら広告塔になっているケースが少なくない。かつて世界の美味しいインスタント麵TOP10にランクインしたという「曾拌麵」もそうだ。曾國城という人気司会者がプロデュース。日本人には乾物の街として知られる「迪化街」にアンテナショップがある。台南発祥の麵に改良を重ねたという細めの刀削麵といった趣の「曾拌麵」。旅行情報サイトなどによると、ここで試食もできるそうなのだけど、この日はやってなかった。1パック買い求め、帰国後食べたがこれまた美味い。ご存知のように台北はかなりの湿度で初夏でもうだるような暑さ。乾麵生産には全く向かない天候なので、台湾の麵文化を支えるのは台南、ということらしい。いずれは台南へ麵目的だけの旅に出かけたいものだ。

実はこの「迪化街」にもう一つ目的があった。こちらは麵ではなくご飯。「林合発油飯店」だ。いつも開店と同時に行列ができ、早い時は昼前に完売してしまうほどの人気らしい。ちょうどついたのが開店直前で行列もそう長くなく、そもそも回転も早いので、あまり待つこともなく注文の窓口に到着できた。ちょっとまごまごしていると、察して日本語メニューを出してくれた。「油飯」といういわゆる五目おこわに、骨つきの鳥もも肉や煮卵がオプションメニューに用意されている。量もさまざまで中には弁当箱では間に合わず、ビニール袋に入れてもらう客も。なんとも豪快だが、家族や会社で待つ人々の分だろうか。我々は小籠包など昼からハシゴする予定だったのでご飯の量は少なめで。泣く泣く鳥肉は諦めたが、どうしても卵の抗し難い魅力に逆らえずトッピングした。味の染みた椎茸や干し海老、そして「雙連朝市」でも売られていた揚げエシャロットもご飯に乗る。これが一味増す役割を担っている。素朴にして大胆、しかし名店の品を感じる。次は絶対鳥トッピングだ。台湾の食は楽しすぎる。

伊藤嘉明 X-TANK CEO。世界のヘッドハンターが動向を注視するプロ経営者。著書「どんな業界でも記録的な成果を出す人の仕事力」(東洋経済新報社/1620円)など。

伊藤嘉明が本気の人にだけ伝える戦うヒント

人生万事 振り切るが価値! Returns

今月のヒント

言わないと努力を怠るのが人間 心に秘めるな、言葉に出せ! 人生の責任は自分が取る 赤の他人の評価など気にしない!

「不言実行」は卑怯。やりたいことはどんどん口に出そう!

日本では「秘すれば花」「沈黙は金」「不言実行」という言葉がある。男というものは、寡黙で余計なことは口にせず、黙って結果を出せ、ということのようだ。私はこの言葉が大嫌いだ。沈思黙考はまだいいが、自分の目標、やりたいことなどはどんどん口に出すべきだと思う。いつも目標を意識しておくことが緊張感を生むし、「自分は今何をすべきか」を考えることになる。また「自分は○○になる」と周囲にも言っていれば、やらざるを得ない。誰でも「口だけだね」とは言われたくない。そこで「ならば、何も言わない」のではなく、「言うことで努力するしかなくなる」方を選ぶべきだ。

私からすれば「不言実行」だと、できなかったことさえ周囲にはわからない。途中であきらめても、誰にもわからない。それが繰り返されると、自分自身さえ「あきらめたこと」を意識しなくなる。うまくいったときだけ、後から「前からこれが目標でした」と言われても、実現したから言い出しただけ

にも見える。だから、「不言実行」は卑怯なのだ。

「言霊」（ことだま）という言葉がある。「口に出す＝言葉にするとそれが本当のことになる」という考え方だ。言霊は、「自分自身と向き合う方法」だと思っていい。他人から「あなたは優しい人ですね」と言われ続けていると、いつのまにか自分でも「自分は優しい人かもしれない」と考え出す。すると、いつのまにか一つひとつの行動でも「優しい行動」を心がけるようになるそうだ。自分は経営者になると常日ごろから口に出していると、自分でも「経営者になるためにどうすればいいか」を考えるようになる。

私は、父の影響もあり、早くから経営者になると考え、口に出していた。自分が転職するときにも「経営者になるために、どういうキャリアがいいのだろう」と自然に意識していくようになっていた。また、そのことを周囲にも話していた。

それに対して、周囲には二通りの対応があった。一つはいわゆるビッグマウスと、もう一つは「本気でコイツは言っている」という態度だ。日本コカ・コーラの魚谷雅彦氏（現・資生堂社長）は、私がまだ社長室長の話を聞かされる大分前のことだが、「伊藤君は将来、何をやりたいんだ」と聞いた。私は「そこに座りたいです」と魚谷社長の椅子を指差した。若僧がえらそうに芝居がかった様子で「社長になりたい」などと言って怒られるかと思ったが、魚谷社長は違った。社長を目指すならば、マーケティング、セールス、オペレーションを経験することがの望ましい。それをやれというアドバイスをもらえた。

私はそのころ「いつか経営者として、アジアの発展に寄与したい」と考えていた。不言実行ではなく有言実行なので、それは周囲に伝えていた。だから、後にビル・アメリオ（当時のデル社アジア環太平洋CEO、のちのレノボ社CEO）は、「シンガポールで仕事だ」と声をかけてくれたわけだ。入社時には話が代わり、希望していたシンガポールではなくアメリカのノースカロライナだったが。会社は入ってみないとわからないと言われる所以でもある。

どうなりたいかが重要。過去の経歴や他人の評価は関係ない！

私が好きなサッカー選手でありビジネスパーソンでもある本田圭佑選手は、かつてＡＣミランへの移籍が決まったとき、記者会見の席で「リトル本田に聞いた」という発言が話題になった。本田選手と言えば、子どもの頃から「世界一のサッカー選手になる」「セリエＡに入団し10番で活躍する」と卒業文集に書いていたという逸話が有名だが、そんな「（子どもの頃からの自分自身の〝なりたい自分〟を象徴する）リトル本田」にＡＣミランへの移籍の是非を問うたところ、「ミランでプレイしたい」という声が聞こえたというわけだ。

本田選手は、自分自身がなりたい姿を明確にイメージしている。そして、そのための努力を怠らない。移籍も「将来の自分のためになる移籍かどうか」を重視していることはあきらかだ。自分の心に従うこと、そして慌てて自分を安売りしないことが大切だ。彼のような姿勢が、スポーツ選手としても超一流であり、ビジネスマンとしても同じような評価を得ているのは当然だ。

過去に何をしてきた。どんなスキルがある。何を学んできた。何ができそうで、何ができなさそうか。そういったことは、一旦、無視すればいい。最も素直に、「どうなりたいか」を自分の心に問いかけるのだ。その声に従え。それを口にしろ。転職サイトで自分のスペックを入力して出て来る会社、職種、給料は見なくてもいい。そんなもので自分を過小評価しないことだ。

所詮、あなたの人生の責任を取ってくれるわけでもない赤の他人がする評価だ。明日の自分を決めるのは、そこに向かう姿勢となりたい自分のイメージだ。分岐点に立たされたとき、「どちらの道がいいか」と考えないことだ。道は自分で切り拓く。その一歩が、道になるのだから。

南井正弘　ランニングポータルサイト『Runners Pulse』編集長。某スポーツシューズブランドに勤務し、『カルトQ』のスニーカー部門チャンピオンにも輝いた実績を持つ。

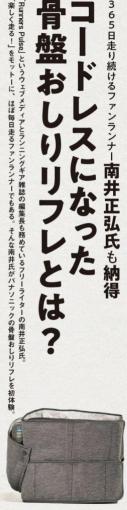
photo by 利根川幸秀

365日走り続ける 南井正弘が装着して試す

Runner's Gear Master ランナーズ ギアマスター

SPECIAL! #24

365日走り続けるファンランナー南井正弘氏も納得

コードレスになった骨盤おしりリフレとは？

「Runners Pulse」というウェブメディアとランニングギア雑誌の編集長も務めているフリーライターの南井正弘氏。「楽しく走る！」をモットーに、ほぼ毎日走るファンランナーでもある。そんな南井氏がパナソニックの骨盤おしりリフレを初体験。

今月テストしたギア

パナソニック

コードレス 骨盤おしりリフレ

EW-RA79 -P（ピンク）-K（ブラック）　医療機器認証番号 301AKBZX00007000
オープン価格

14個のエアーバッグが骨盤周りをギュッとしめつけ、プロに学んだほぐし技で、重だるい下半身もスッキリ！コンパクトなサイズながら、腰部や臀部の疲労回復をサポートしてくれるので、ランナーにもオススメの1台。

自分がほぼ毎日走っているということを知ると、周囲の人は「凄いですね！」「どうしたら続けられるのですか？」と聞かれますが、ポイントは3つ。それは、走る時間を決めない、無理のない距離、そして疲れを溜め込まないことですね。たとえば「朝に走る！」と決めてしまうと、予定が入ったり、二日酔いだとスキップしたくなる。自分は1日24時間のどこかで走ると決めているので、よほどのことがない限り大丈夫です。あと距離も6kmなので、翌日に疲労も残らないから、「また走りたい！」と思えて、2007年の11月から、このルーティンが続いています。あと走った後のご飯が美味しいということも続いている理由でしょうか（笑）。同年代の人たちと比較すると、自然な回復力や自然治癒力が格段に高いことも12年近く大きなケガや故障もなかったのですが、最近は多少疲れが取れにくいと感じていたのも事実。そんなときに試せたのがパナソニックの骨盤おしりリフレでした。事前に「コンパクトながらしっかりとマッサージができる」と聞いていたのですが、実物を見ると確かにコンパクト。マッサージチェアでは置き場所が問題になるのですが、これなら全く場所を取りません。普段使っているバッグにもスッポリ入りました。腰に巻きつけて電源を入れ、“もみほぐし”コースから試すと、予想以上にパワフル。しっかりとマッサージしてくれました。翌日は“しめつけ”コースをトライすると、こちらも想像以上の力強さで、乾電池とは思えないくらいパワフルさを感じました。このように、骨盤おしりリフレは日々のラン後のケアにもピッタリなのですが、マラソン後にも活躍してくれると思います。国内外問わず、レース後は街のマッサージ屋さんは予約でいっぱいになってしまいますが、骨盤おしりリフレは専属のマッサージ師を帯同させているようなもの。エネループなど充電池でも稼働するので、プラグ形状や電圧も気にせずに、マラソン後のケアを任せられますね。

ダイエット目的のパパランナーでも これなら筋肉の疲れを気にせず毎日走れますね

プロのもみのテクニックで ランニング後の筋肉の疲れが取れる

骨盤おしりリフレは、適所に配した14個のエアーバッグを活用することで、プロから学んだ揉み技を再現。日常生活やランニングなどの運動による神経痛や筋肉痛の痛みをやわらげてくれます。

コードレスなので いろいろな遠征にも 持ち歩けるのがいい

コードレスでコンパクトサイズなので、どこにでも持っていけるのも嬉しいところ。マラソン後はマッサージ店に予約が殺到しますが、骨盤おしりリフレがあれば、ホテルの部屋でも疲労が回復します。

男性向きのブラックがあるのは スポーティなパパには嬉しい

「機能はいいけど、ファンシーなカラーがちょっと…」ということがないように、ガジェットやファッションにもこだわるパパも納得のカラーリングをラインアップしているのも嬉しいところ。

ランニング後の
脚の筋肉の疲れには……

脚全体の疲労回復も 効率良く取りたいランナーに レッグリフレもオススメです!

パナソニック
エアーマッサージャー レッグリフレ

EW-RA99 -P（ピンク）-H（ダークグレー）
医療機器認証番号 231AHBZX00011000
オープン価格

新たにヒール疲れとスポーツ疲れのコースが 追加になり、8つのコースで機能性は抜群。 足先から、足首、かかと、すね、ひざ周り、太ももまで脚全体をもみほぐしてくれます。

篠田哲生　1975年生まれ。40を超える媒体で時計記事を担当する激売れライター。大人の嗜みとして２年前からゴルフを始めるも、今のところ上達の気配は全くなし。「ファー」の声出しに自信あり。

“練習せずに道具で100切り”が合言葉

篠田哲生。時計の世界では知らぬ者はいない大物ライターだが、
ゴルフの腕はイマイチ。本業が忙しすぎて練習時間がない、のが本人の言い訳だ。
効率重視のこの男のモットーは、とにかく道具に委ねてスコアを減らすこと。
意識低い系ゴルファーがデジタルツールを片手に掲げ、上達の裏街道を堂々練り歩くゴルフドキュメントが始まる。

Hole 05

今回のデジタルゴルフギア

GARMIN「アプローチ S60」 実勢価格：5万5815円

腕時計型のGPSゴルフナビ。大き目のカラー画面を使うため、視認性に優れる。ゴルフモードのメイン画面は、グリーンのバック、センター、フロントまでの距離を表示している。樹脂製のケースに、肌当たりがよいシリコン製のストラップを組み合わせており、軽くて使いやすい。

なんだかんだと連載にかこつけてゴルフ系デジタルギアを買い求めては、コソ錬に励んできたのだが、夏の暑さも緩んできたことだし（もう10月だけど）、久々にゴルフコースに行こうじゃないかという話になった。となれば、飛距離やスコアなどのデータを、細々と取得したい。ということでラウンドのお供に、ガーミン「アプローチ S60」を選んだ。この腕時計のデバイスはGPSを内蔵しており、コースデータと組み合わせることで、グリーンやハザードまでの距離の計測を計測してくれる。さらには内蔵センサーとGPSを組み合わせて、クラブの飛距離も計測してくれるという。これは便利そうだ。

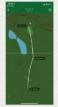
さて、友人の車に揺られて千葉市内のゴルフ場に到着。まずは「アプローチ S60」を起動して、ゴルフ場のデータを取り込む。ラウンド開始。パコーンと打つと時計が反応して打数をカウント。その際にどのクラブで打ったのかを手動で選択していく。相変わらずティショットの安定感がゼロのため、あちこちボールが散らばるが、危険なハザードまでの距離もわかるし、隣のホールに豪快に打ち込んでも、ピン位置を示す「ピンポインター機能」を使えば打つ方向がすぐにわかるのは便利だ。

チップ・イン・パーやつま先上がりからのミラクルショット、そしてバンカーからの池ポチャなどの美技を披露して、ようやくホールアウト。スコアは【111】で、いつもと同じようなイマイチの結果に。しかし今回の目的は、データの取得と解析にある。「アプローチ S60」をスマートフォンと連動させれば、ラウンド時の飛距離やボールの落下位置がグラフィカルに表現されるので、どこでミスをしたのかを再勉強できる。ラウンドの見える化を進行することで、問題点を明らかにするのだ。

コース戦略を立てるには 腕時計型デバイスが必須

GPSと連動しているので、移動するたびに残り距離が変化。バンカー手前をタッチして距離を計測。約160ヤードなので「5UT」を選択。必要な飛距離を知ることは、コース戦略に役立つ。

グリーンに近づくと、これまでのショット数が自動的に表示される。チョロや空振りなどは計測されないことが多いので、ここできちんと調整すること。パット数なども入れて、次ホールへ。

今回も、相変わらずのスライス病は治らずで、つま先上がりの斜面からのショットを強いられる。しかしこの状況になると邪念が消えるのか、必ずナイスショットが出る。複雑な気分です。

ブルートゥースを使ってスマートフォンと連動。「ガーミンコネクト」アプリを使うと、どの場所で、どのクラブを使い、どのくらいの飛距離が出たかを確認できる。ドライバーが飛ばん!

これが今回のスコア。なんだかんだで「111」。11番では唯一のパーを獲得。パット数は36なので、平均して2パット。これは上出来といえるでしょう。

ラウンド時の移動距離や消費カロリーも計測してくれる。ボールがあちこち飛ぶのでカートに乗る事はほとんどなくて、ずっと徒歩移動。ゴルフって過酷なスポーツですよね。

#24

夫の"カブ"が急上昇!?
妻に贈ろう！ロマンティック ＆ お得なクリスマスコフレ

「クリスマスなんてちょっと気が早いのでは？」と思う男性も多いだろうが、コスメの世界では意識が違う。コフレと呼ばれるお得なセットは早いものだと10月から発売され、人気の限定ものは即、完売してしまうほど。いつも世話になっている妻の喜ぶ顔を引き出すプレゼントってなかなか男にはわからない。そこで女性ならほぼもらってうれしいコスメはいかが？　今回は妻に贈るのに最適なコフレを目的別に厳選した。

Case 1
ロマンティックな聖夜を演出したい

恋人時代のようにロマンティックに演出したいと思うなら、潔く口紅1本で勝負するのがいい。それには特別なボックスに入り、深紅のベルベットに彩られたこちらがお勧め。ジバンシイの"ルージュ・ジバンシイ・ベルベット"は年齢を問わず、そのゴージャスな見た目から女性に大人気のリップ。これをもらって喜ばない人はまずいないだろう。人を魅了する"女優口紅"の異名もあり、パウダリーマットな仕上がりは妻がいつも以上に美しくなる。もし、色がわからなければ"No. 10 ベージュ・ニュ"を。ベージュは誰もが使いやすい万能色だから。渡すときは黒いボックスを開いて、プロポーズのように片膝をついて差し出すのもドラマティックでいいかも。

Case 2
シェアしても楽しめるシャワージェル

モルトンブラウンは毎年、クリスマス限定のコレクションを多数、発表しているブランド。その重厚な箱は美しく、ずっと保管しておくというファンも多い。中でも横長の"クラッカー"と呼ばれるボックスにミニサイズのシャワージェルが入ったセットは、気軽な贈り物として重宝されている。女性に贈るなら"フローラル&シプレ クラッカー"がいい。名前の通り、花の香りのするアイテム4種類を集めたコレクションで、これらをバスルームで使うたびに優雅な気分になれると評判だ。フレグランスにも力を入れているモルトンブラウンなのでその香り立ちのよさは格別。たしかに、冬の寒さをこんな素敵なアイテムで彩れたらさぞ、幸せなことだろう。

夫婦で共用できるバスコスメ。オレンジ＆ベルガモット、ジャスミン＆サンローズ、スエードオリス、ローザの全４種のバス＆シャワージェルが入ったセット。"フローラル＆シプレ クラッカー"各50ml×４本 3600円＊11月15日～数量限定発売／モルトンブラウンジャパン

リップは全６色、ベルベットのように美しいケースが素敵。"ジバンシイ ルージュ・ジバンシイ・ベルベット No. 10 ベージュ・ニュ"4600円 ＊漆黒のボックスは11/20(水)～11/26(火)に横浜高島屋、大阪高島屋、12月には梅田大丸(日程未定)にて店舗限定販売される。／[LVMHフレグランスブランズ]パルファム ジバンシイ

Case 3 ほっこり派にはオーガニックの美を

大人気のフランキンセンスクリームの現品に加え、クレンジングやフランキンセンスウォーター、フェイシャルオイルのミニサイズと香水がセットに。“フランキンセンス スパークルコレクション”1万6800円＊11月1日～数量限定発売／ニールズヤード レメディーズ

英国が誇るオーガニックブランドから、知らない人がいないというくらい有名なフランキンセンスシリーズが詰まったコフレが登場。ロングセラーの“ハイドレイティングクリーム”は現品サイズ、さらに化粧水や美容オイルのミニサイズと香水が特製ポーチに入っている。フランキンセンスは聖書で東方の三博士がもたらしたとも言われる貴重なもので、エイジングケアや深い鎮静効果で知られている。長い冬の夜にほっこり肌をいたわりたい妻にぴったりだろう。星型のチャームはネパールの女性のハンドメイドで、その収益金がフェアトレードによって現地の女性の社会的自立にも繋がるというエシカルな側面もこのブランドらしい誠実さの表れだ。

Case 4 一年のお礼を込め奮発するなら豪華に

アイ&チーク パレットはベージュ&ブラウントーンのナチュラル系とピンク&ブラウントーンの華やか系の２種があり、デイリーからパーティまで対応可。エスティ ローダー“メークアップ コレクション 2019”1万3000円＊10月25日～数量限定発売／エスティ ローダー

エスティ ローダーの“メークアップ コレクション 2019”は、真っ赤なレザー調にトランプ柄のコスメティック バッグに入った豪華なセット。その中身は9色のアイシャドウと、1色のチークの“アイ＆チーク パレット”が2種類も。また、リップスティックは3本、グロスにマスカラまで揃う。さらにここの看板スキンケアアイテムの“アドバンス ナイト リペア SR コンプレックス Ⅱ”をはじめとした各種ミニサイズまで網羅。メイクもスキンケアもどちらもカバーできるので、もらった妻は必ずうっとりとするに違いない。一年間、隣で寄り添ってくれた感謝の気持ちを込めて贈るなら、これくらい充実したラグジュアリーなものにしたいものだ。

Case 5 買いやすくて贈りやすいプチプレなら

ブルーのクラシックシアの他、レッドは華やかな香りのフェスティブガーデン スノーシア、甘くてかわいいイエローのハニーハイヴの３つがセットに。“ロクシタン シア フェスティブハンドトリオ２ <限定品>”3900円＊12月11日～数量限定発売／ロクシタンジャポン

炊事に子育てにと毎日忙しい妻の手。インフルエンザ予防で手洗いもよくするとその水分や潤いはすぐに奪われてしまう。この時期の女性でハンドクリームを使っていない人なんて、探すのが難しいほど。そんな状況を我々、男はあんまり知らない。そこで、コスメを渡すのが恥ずかしいなって思っているなら、買いやすいハンドクリームの詰め合わせを。価格も手頃だし、なによりパッケージがかわいらしいこのロクシタンの“シア フェスティブハンドトリオ2”なら、妻のお気に入りになること間違いなしだ。保湿のお守りシアバターをベースにしているからしっとり潤う。クリスマス限定品なので、定番を使っている妻もきっと驚くはず。

古田雄介　デジタル遺品やインターネットと故人の関わり合いを中心に調査するライター。著書に『ここが知りたい！ デジタル遺品』（技術評論社）、『故人サイト』（社会評論社）など。

古田雄介が解く
死後のデジタルデータ取説

インターネット 跡を濁さず

BEFORE YOU LEAVE TO CLEAN UP YOURSELF

#43

月間90万PVのサイバー墓地が日本にはある。だから確信できた。デジタル追悼は日本になじむ

14万5000人超の故人のページを持つ まいり（旧・死去.net）

故人のサイトの追跡調査を始めてもうすぐ10年になるけれど、現在もたまに「なんで今まで知らなかったんだ…！」とショックを受ける出合いがある。敗北感に打ちひしがれながらサイトを隅々まで読んでいるうちに興味深さが追い抜かしてきて、勝手に逆転劇のカタルシスを味わったりする。9月に目にした追悼サイト「まいり」がそれだ。

「まいり」は2013年に「死去.net」というサイト名でスタートしたサイトで、当初は故人の命日を思い出せるサービスというコンセプトで運営していた。トップページには「本日が命日の人」や「最近亡くなった人」などのリストが並び、毎日ページを開くだけで故人が偲べる。各人の氏名からプロフィールページにジャンプすると、追悼コメントを添えたりサイト上で線香や花を供したりできる。

故人のデータベースは発足まもなくの時点で13万人を超えていた。当初は管理人さん自ら動いて全国紙やロイター通信、Wikipediaなどを情報源に作成していたが、読者からの登録が軌道に乗っている現在は拡張を読者に任せるかたちになっている。登録できる故人はニュースサイト等で訃報が確認できる人に限られるが、1日15件程度のペースで増え続

日本発の追悼サイト
「まいり」 https://mairi.me/

けているそうだ。2019年10月時点の収録人数は14万5000人を超えている。

1日に訪れるユーザーは7000人前後。月間PV数は90万程度だ。

無数のユーザーの追悼メッセージがサイトに命を与えている

「まいり」のどこが興味深いかというと、何より機能していることだ。ランダムで故人のページを眺めていっても何かしらの追悼コメントがついているし、没後も根強く人気がある偉人や芸能人のページは隙間時間では読み切れないほどだ。ひとつ一つのページが追悼の場として機能していることを証明している。アクセス数はその裏付けといえよう。

実は、こういう空間が日本語のサイトで成立するのは無理だと思っていた。

この連載では過去に何度かサイバー墓地が成り立つのかというテーマを採り上げている。米国には数万人規模の追悼ページを抱える1996年スタートの追悼サイト「Virtual Memorials」があり、中国では「中国稜网(ちゅうごくりょうもう)」というヴァーチャル墓地が提供されていることなどを紹介してきた。近い動きは日本にもあり、2000年前後から都内の霊園がオプションサービスとして提供したり、起業家が半ば社会奉仕としてサイトを立ち上げたりもしている。

しかし、Virtual Memorialsのように追悼文化の一角を担うような定着ぶりをみせる国内事例にはなかなか出合えず、新興のサービスが生まれても志が少し空回りしているような印象をいつも抱いたりした。そして、それが正解だったケースが何度もある。その結果、そもそも墓参行為が全年代に深く浸透している日本人にはインターネットで手を合わせたり追悼したりする行為は馴染まないんじゃないかと、なかば決めつけるようになっていた。

そこにきての「まいり」だ。根底から考えを改めねばなるまい。

追悼サイトはプライベートな空間で厳粛に向き合える力があってこそ

確かに、サイバー墓地、あるいは追悼サイトで故人を偲ぶハードルはそこまで高くない。少なくともインターネット葬儀よりは簡単なはずだ。

プライベートな空間にいながら厳粛に追悼したくなるその説得力を手にした「場」には先がある——

葬儀などの公共性のある儀式は、基本的に複数の他人の存在があって成り立っている。皆がフォーマットに則って振る舞い、自分も逸脱しないように気を張る。そうやって場にいる全員が儀式を成立させる部品となることで、厳粛な空気が生まれて追悼行為の納得感が高まるところがある。インターネットを介して葬儀に参加するサービスもいくつか出てきているが、現場と同レベルの緊張感を中継先でも保つのは難しい。そうした現場との差が、故人を偲ぶ体験において埋めがたい溝を作ってしまうところはどうしてもある。

それに対して、追悼サイトで故人を偲ぶ行為は、すべてパーソナルな場で完結する。他人の目や周囲の作った空気感を前提としない。それぞれが好きな場所、好きなタイミングで故人のページと向き合い、自分なりの厳粛さで追悼できる。そのサイトに故人を偲ぶに値する説得力さえあれば、いつでもきちんと追悼できる場が成立する。たとえば、故人が残したブログやSNSページなら、生前からのその人の息吹が感じられるから、ただ存在するだけで説得力が生まれる。故人が生前最後に残した何気ないつぶやきや投稿に「ご冥福をお祈りします」や「R.I.P」がつくのはそうした作用によるものだと思う。

その力を追悼サイトという"余所様"の場に宿すのが難しかった。故人に縁がないから、その場自体が追悼に値する説得力を持たないとなかなか使われない。「まいり」はそれができている。おそらくは、最初から13万人の故人という圧倒的な数字が功を奏したのではないかと思う。そうして説得力が人を呼び、大勢の人の習慣となり、やがて文化へとつながる道を作った。

惜しむらくは、今のところニュースサイトで訃報が裏取りできる人物しか追加できないことだ。ただ、サイトには「誰でもご登録いただけるサイトを現在準備中です」と書いてあるし、今後の目標について管理人さんもこう語っている。

「希望されるすべての方におまいりできる場所を無償で提供したいです。個人的にAIやロボット技術に興味があり、そういったテクノロジーを利用して、寝たきりの人でも自分の力でお線香をあげたりできるようなサービスができたら良いなと思っております」

これからの文化創造に期待したい。

鈴木朋子　スマホ安全アドバイザー、ITライター。SNSやスマホなど、身近なITに関する記事を執筆。著書「親が知らない子どものスマホ」（日経BP社）、「親子で学ぶ スマホとネットを安心に使う本」（技術評論社）。

スマホ安全アドバイザー
鈴木朋子が教える

こどものスマホデビュー

VOL.7

学校では絶対教えてくれない

子どもが大好きなYouTube、見せっぱなしで大丈夫？

子どもはYouTubeが大好きですよね。好きなアニメや子ども番組、YouTuberの配信するおもしろ動画など、見たい動画をいつでも見られるYouTubeは、テレビとは違う魅力があります。大人にとっても、YouTubeは魅力的なサービスです。子どもが小さなうちは、病院の待ち時間や手が離せない家事のときにYouTubeの助けで乗り切ることもあるでしょう。

YouTubeのサービス開始は2007年（日本国内）。今の小学生は生まれたときからYouTubeが存在していたことになります。学研ホールディングスが発表した、「小学生白書Web版」の将来つきたい職業を見ると、3位に「YouTuberなどのネット配信者」が入っています。これは主に男子の希望で、男子だけを見ると2位、女子だけの希望では17位となっています。とはいえ、女子もYouTubeに関心がないわけではなく、閲覧者として楽しんでいます。

中高生になっても、よく使うアプリとして必ず名前が挙がるYouTubeですが、その魅力のひとつが、動画のおすすめ機能でしょう。動画を見終わると、その動画に関連する別の動画が自動再生され、新たな動画と出会うことができます。この機能のおかげでずっとYouTubeに張り付いてしまった経験がある保護者の方もいますよね。

アニメ・ドラマ

巨大ハンバーガー屋さん | お店屋さんごっこ | 赤ちゃんが喜ぶア...

サファリの動物：アジアゾウ／アフリカゾウ／カバ／アミメキリ...

【絵本】おむすびころりん【読み聞かせ】日本昔ばなし　童話

列車大集合（1）新幹線：東海道新幹線／山陽新幹線／東北新幹...

子供のための車のガレージ・ベビーキャリーがピカチュウに変身...

ミッキーマウス クラブハウス／第1話 | デイジーのヒツジをさが...

YouTubeを子どもに使わせる際の問題点

YouTubeを子どもに使わせるとき、大きく2つの問題があります。ひとつは、利用時間です。次々に自分が好きな動画が次々に表示されるため、止めるきっかけを失うのです。特に幼児の場合は、すぐそこに面白そうな動画があるのに見られないなんて、我慢ができません。

もうひとつの問題が、動画の内容です。YouTubeの動画は、すべて子どもに見せてもOKなコンテンツとは限りません。大好きなアンパンマンの動画を見ていたら、突然キャラクター同士で残虐な殺し合いを行う――そんな動画もYouTubeに上がっています。もちろん公式に作られたものではなく、誰かが悪ふざけで作ったものです。こうした動画は「エルサゲート(elsagate)」と呼ばれます。

エルサゲートは、「アナと雪の女王」の主人公「エルサ」の名前が由来とも言われています。イラストやおもちゃを使って、子どもが好きなキャラクターに不適切な行為をさせるのです。例えば、暴力を振るう、出血、排泄シーン、性的表現など、大人が見ても気分が悪くなるような内容です。

不適切な動画を排除するために、YouTubeの運営元であるGoogleも削除などの対策を行っています。しかし実際にYouTubeを検索すると、不適切動画は数多くヒットします。こうした動画で収入を得ている配信者もいるため、まさにいたちごっこの状態です。

実際のエルサゲートの例。残虐な殺し合いを行っている

「YouTube Kids」で対策を

利用時間と不適切なコンテンツへの対策は、「YouTube Kids」というアプリがおすすめです。これは小学生までの子どもに、利用時間の制限と年齢に合わせたコンテンツを提供できるGoogleの子ども向けYouTubeアプリです。

YouTube Kidsは子ども向けYouTubeアプリ

YouTube Kidsは、「設定」画面は大人しか使えないようになっています。初期設定は九九の問題を回答する形式ですが、独自のパスコードも設定できます。利用時間の設定は「タイマー」で行います。「タイマー」に1時間と設定すると、1時間後に画面はロック状態になります。それ以上見るためには親がタイマーを延長するしかありません。

タイマーの時間になるとロック画面が表示される

延長するにはパスコードを入力して再設定するしかない

コンテンツの内容は、年齢設定で行います。アプリをインストールするとき、「未就学児向け」「小学校1～2年生向け」「小学校3～6年生向け」と設定すると、ふさわしい内容だけが表示されます。

年齢に合わせたコンテンツを設定できる

検索についても、制限できます。最近は文字入力できなくても音声で入力するお子さんが増えていますが、オフにすると検索ができなくなります。その際は、YouTube Kidsにおすすめされた動画の中から視聴する動画を選びます。

もしパソコンでYouTubeを見せているなら、ブラウザでもYouTube Kidsを利用できます。https://www.youtubekids.com/にアクセスして設定してください。

中学生以上になると、YouTubeアプリを使うでしょう。その際はYouTubeアプリの右上にあるアカウントボタンから「設定」を開き、「制限付きモード」をオンにします。利用時間については、「休憩をリマインドする」をオンにして時間を設定すると、「少し休憩しませんか？」というダイアログが表示されるようになります。ただし、どちらも自分で変更できるので、親の許可制にしたい場合はiOSなら「スクリーンタイム」機能、Androidなら「ファミリーリンク」アプリで制限するようにしましょう。

設定画面で検索をオフにすることもできる

豪快な肉料理はまさに垂涎モノ!!
パパが毎日でも使うべき3wayのマルチグリル

デロンギ
マルチグリル BBQ & コンタクト グリルプレート　CGH1011DJ
実勢価格：4万3070円

本体には2枚のプレートを搭載しており、それぞれ独立して温度設定ができる。温度は60℃～230℃まで、高温で焼き色が付けられるSEARモードも搭載する。プレート自体にヒーターが固定されているため温度コントロールが緻密で、加熱時の立ち上がりが早い。『マルチグリル』では本体のアームを動かすことにより上プレートの位置を自由に調整できる。食材に押し付けるコンタクトポジションでは上下のプレートで挟んで同時に加熱することが可能。また、ギリギリまで密着させつつも食材には触れないグリルポジションもピザを焼くときなどに使える。

上下で挟んで同時に焼けるコンタクトモードは、食材をひっくり返す手間がないのが楽。魚などはひっくり返す時に皮が剥がれてしまったり、身が崩れてしまうことがあるが、『マルチグリル』ならその心配がない。プレートを180°に広げたバーベキューポジションでは焼肉や焼きそばなどが楽しめる。2つのプレートで食材や温度を変えて使えるのが便利だった。

ピザは上火から熱するグリルモードでこんがり!

塊肉は上下のプレートで挟み込むコンタクトポジションでじゅうじゅう焼く!

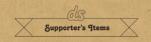
焼肉やビビンバはフラットなBBQモードで香ばしく!

父親が知っていると家族が喜ぶ！

家電の使い方を知ると暮らしはグッと便利になる

今日より明日は、ちょっといい暮らし。
暮らしを良くする家電のティップス動画

くらしのラボ

Facebook https://www.facebook.com/LifestyleLaboratoryTEPCO
YouTube https://www.youtube.com/channel/UCGSXwInTWgcf6wHoekOIq-Q

世界で一番美味しいコーヒーが自宅で!?

カフェバッハ監修の
全自動コーヒーメーカーなら
可能です。

TWINBIRD
全自動コーヒーメーカー
実勢価格：3万7800円

NEXT ISSUE

Vol.214
2019.11.29 On Sale

デジモノステーションは
毎月29日発売に!

家電のプロたちが
ガチで使っているものだけ見せびらかします!

自慢の家電ランキング

ds家電アワード2019

ds 家電 OF THE YEAR 2019

デジモノステーション 2019年12月号

Editor in Chief
滝田勝紀(Connect Cross)

Art Director
一ノ瀬基行(LOWORK)

Contributing Editor
竹石祐三
松井直之

Designer
I'LL Products
Studio MORROW
小田原宏樹
赤石澤宏隆

Advertising sales
林 光太郎
長田 幸恵

2019年10月29日発行・発売
発行人:渋谷 学
編集人:岡部 信
発行/発売
株式会社エムオン・エンタテインメント

〒106-8531
東京都港区六本木3-16-33
青葉六本木ビル
電話:03-5549-8732

©2019 M-ON! Entertainment Inc.
※本誌掲載の記事・写真の無断掲載・転載を禁じます。次号の内容は変更する場合があります